

**22.DÖNEM**  
**TÜRKİYE GENELİ ONLINE E-TİCARET ve E-İHRACAT UZMANLIĞI**  
**EĞİTİM PROGRAMI**

**Eğitimin Kapsamı:**

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri, ülkemizdeki e-ticaret ve e-ihracat alanında nitelikli personel ihtiyacını karşılamak amacıyla sertifikalı “**Online E-Ticaret & E-İhracat Uzmanlığı Eğitimi**” gerçekleştirecektir.

Söz konusu eğitim programı ile; Dünya’da her yıl %7-10 arasında büyüyen elektronik ticaret ve e-ihracat konusunda yetişmiş uzman eksikliğini gidermek ve özellikle ihracatın artırılması için yetişmiş uzmanların firmalarda ya da kendi kuracakları yeni firmalar ile ihracata destek vermeleri hedeflenmektedir.

**Eğitimin İçeriği:**

Eğitimin içeriği EK-1’de belirtilmekte olup her bir eğitimin **25 iş günü** ve toplamda **150 saat** sürmesi planlanmaktadır.

**Eğitime İlişkin Genel Bilgiler:**

- Eğitimin **25 Temmuz 2022 Pazartesi günü** itibari ile başlaması ve **toplamda 25 gün** sürmesi planlanmaktadır. Eğitimin modülleri ve alt modülleri ile ilgili zaman planlaması, başvurusu kabul edilen adaylara bilâhare duyurulacaktır.
- Eğitim, Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri bütçesinden finanse edilecektir. Katılımcılardan eğitime katılımı ilgili **bir ücret talep edilmeyecektir.**
- Eğitim online platformlar aracılığıyla gerçekleştirilecek olup, eğitime hak kazanan adaylara ilgili platformlara dair detaylı bilgi bilahare bildirilecektir.
- Eğitim süresi hafta sonu ve resmî tatil günleri hariç **hafta içi 5 gün, günde 6 saat** olacak şekilde planlanmıştır.
- Eğitim saati **10:00- 16:00** arasındır.
- Eğitimlere en az **%75 devam şartı** aranacaktır. Eğitim programı bitiminde bir değerlendirme sınavı yapılacak ve bu sınavda başarılı olanlara **Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri onaylı “E-Ticaret & E-İhracat Uzmanlık”** sertifikası verilecektir.

**Eğitim Almaya Hak Kazanacak Kişilerin Belirlenmesi:**

- Eğitime katılabilmek için önlisans ya da lisans programlarının birisinden mezun olma şartı bulunmaktadır.
- **Eğitim için ülkemizin her bölgesinden ve şehrinden başvurular değerlendirmeye alınacaktır.**
- Eğitime hak kazanacak kişiler **ön değerlendirmeyi geçtikten sonra tercih ettikleri yabancı dil üzerinden bir sınava tabi tutulacak**, nihai kazananlar bu sınav sonucuna göre belirlenecektir.

Adaylar dilerse **ulusal/uluslararası geçerliliği olan YDS, e-YDS, YÖKDİL, TOEFL, IELTS sonuç belgelerini** ya da **Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birliklerince daha önce yapılmış yabancı dil sınav sonuçlarını** ibraz edebilecektir. Bu itibarla başvuru formunda yabancı dile dair olan kısmı boş bırakan ve yabancı dil bilgisine sahip olmadığını ifade eden adaylar elenecektir.

- Adayların kullanmayı bildiği bilgisayar programları, tamamladığı kurslar ve kursa başvurmadaki temel motivasyon bilgileri dikkatle incelenecektir.
- Eğitim Zoom Platformu üzerinden gerçekleştirilecek olup, **kursiyerlerin eğitim esnasında video görüntülerini açmaları zorunludur.**

#### **Diğer Hususlar:**

- Bu eğitim programı sonrasında kursiyerlere herhangi bir şekilde iş garantisi verilmemektedir.
- Daha net değerlendirme yapılabilmesi adına başvuru formunda yer alan tüm kısımların eksiksiz doldurulması gerekmektedir.
- Söz konusu eğitime son başvuru tarihi **17 Temmuz 2022 Pazar günü saat 23:59 olup**, adayların başvurmak için <https://www.gaib.org.tr/tr/f/489.html> linkinden online başvuru formunu doldurulmaları gerekmektedir.
- Ön değerlendirmeyi geçen adaylara **18 Temmuz 2022 Pazartesi** günü mesai saatleri içerisinde e-posta üzerinden bildirim yapılacaktır.

#### **EK-1: Eğitim İçeriği**

<b>Ana Başlıklar</b>	<b>Eğitim Ders Konuları</b>
<b>Eticarete Giriş</b>	Eticaretin Temelleri ve Dijital Dönüşüm
	Eticaret'in Ulusal ve Uluslararası Gelişimi
	Eticaret Sektörünün Yapısı
	Eticaret Pazar Hacmi ve Sektörün Geleceği
<b>Firma Çeşitleri, İş Planı Oluşturma, KVKK</b>	E-ticaret İş Planı Oluşturulması
	Eticaret'te Şirket Kurulumu
	Ulusal ve Uluslararası KVKK Yönetimi, İzinli pazarlama kanunu
	Yatırımcı İlişkileri ve Yatırımcı Süreç Yönetimi, Modelleme
<b>Girişimcilik I</b>	Girişimcilik ve Devlet Destekleri
	Finansal Plan ve Analizler
	Eticaret için Growth Hacking yaklaşımları
	Melek Yatırımcı İlişkileri ve Yatırımcı Süreç Yönetimi
<b>Girişimcilik II</b>	Marka, Pazar ve Pazarlama
	Ürün Geliştirme
	Ekip Oluşturma ve Ekip Yönetimi
	Büyüme ve Yatırım

<b>Marka Tasarımı Pazar ve Pazarlama</b>	Oryantasyon, Fikir ve Doğrulama
	Müşteri Kazanımı ve Gelir Modeli
	Marka ve Tasarım
	Girişimcilikte Hukuki Süreçler
<b>Bilişim Hukuku, Sözleşmeler, Kişisel Veriler</b>	Eticaret'te Vergi ve Hukuki Sorumluluklar
	Ulusal ve Uluslararası Marka, Patent, Telif hakları, Fikri ve Sınai haklar, Coğrafi İşaretleme
	Eticaret'te Sözleşmeler ve Mevzuatı
	Hukuki Açıdan Yatırımcı İlişkileri ve Yatırımcı Süreç Yönetimi, Modelleme
<b>Eticaret Yazılımları Seçimi</b>	Eticaret Yazılımları Yönetim Paneli İncelemeleri
	Hazır ve Özelleştirilmiş Ön Arayüz Tasarımları, Temalar
	Eticaret Üye, Ürün, Marka, Kategori ve Sipariş Yönetimi
	Ürün Kategorizasyonu, Seçenek, Özellik ve Ürün Kişiselleştirmeleri
<b>Tasarım, Tema ve Görsel Yönetimi</b>	Tema Seçimi ve Görsel Yönetimi
	Responsive ve Mobil Tema Desteği
	Ürün Fotoğrafları, Banner ve Slider Üretimi
	Ürün Dijitalleştirme ve Entegrasyonları
<b>Ürün Bilgi/Stok/Fotoğraf Entegrasyonu</b>	Ürün ve/veya Hizmetlerin Tanımı ve Dış Entegrasyonlar
	Ürün İptal/İade/İmha Yönetimi
	Ulusal ve Uluslararası Ürün Bilgileri Hazırlama
	Eticaret Ürün Stok Yönetimi
<b>Saha Operasyonu, Tedarik ve Sipariş Yönetimi</b>	Tedarik ve Sipariş Yönetimi
	Depo Hizmetleri Yönetimi
	Ulusal ve Uluslararası Çoklu depo kullanımı
	Pazaryerleri ve Kampanya Siteleri Sevkiyat Yönetimi
<b>Ulusal ve Uluslararası Eticaret Yazılımları, Karşılaştırmalar</b>	Uluslararası Eticaret Yazılımları
	Uluslararası Eticaret Yazılımları Üstünlükleri ve Sorunları
	Uluslararası Eticaret Yazılımları Yönetim Paneli İncelemeleri
	Uluslararası Eticaret Yazılımları Karşılaştırma ve Seçim
<b>Dijital Dönüşüm , ERP, CRM ve Entegrasyonlar</b>	Eticaret'te Kurumsal Kaynak Yönetimi, ERP
	Müşteri İlişkileri Yönetimi, CRM
	CRM ve ERP/Muhasebe Entegrasyonları
	ERP ve CRM Kampanya, Ürün, Sipariş ve Müşteri Yönetimi
<b>Ulusal Pazaryerleri Seçimi ve Yönetimi</b>	Ulusal Pazaryerleri Karşılaştırmaları
	Pazaryeri Yönetim Panelleri İncelemeleri
	Ulusal Pazaryerleri Reklam Satış ve Pazarlama Yönetimi
	Pazaryerleri Entegrasyon Yönetimi
<b>Ödeme Yöntemleri ve Ödeme Aracısı Kurumlar</b>	Ulusal ve Uluslararası Kargo Yönetimi
	Ulusal ve Uluslararası Kargo Firmaları
	Kargo Maliyetleri, Hacim ve Ağırlıklar, Hesaplamalar
	Ulusal ve Uluslararası Pazaryerleri Kargo Yönetimi
<b>Eticaret Personel İhtiyacı ve İş Tanımları</b>	Eticaret İnsan Kaynakları Yönetimi
	Eticaret Personeli Dış Kaynak Kullanımı
	Eticaret/Eihracat Personeli İş Tanımları
	Eihracat Personeli Dış Kaynak Kullanımı
	Ürün Hedef Pazar Araştırma

<b>Eihracat ve Dış Ticaret Hedef Pazar Araştırma</b>	ETGB ve Mikro İhracat Kanunu
	Eihracat İçin Yurtdışı Mağaza/Depo/Şube Açılışları ve Dış Kaynak Kullanımları
	Eihracat Devlet Destekleri
<b>Eticaret Kargo ve Lojistik Yönetimi</b>	Sanal POS Alma ve Yönetimi
	Ödeme aracı kurum Kullanımı
	Uluslararası Ödeme Alma Yöntemleri
	Diğer ödeme yöntemleri
<b>Uluslararası Pazaryerleri ve Entegrasyonlar</b>	Entegrasyon Firmaları Karşılaştırmaları
	Entegratör Yazılımları Yönetim Paneli İncelemeleri
	Uluslararası Entegratör Firmalar
	Uluslararası Entegratör Yazılımları Yönetim Panelleri
<b>Eposta Bildirim ve Mail Pazarlama Sistemleri</b>	Bildirim Mailleri Yönetimi
	Anlık Mesajlaşma Çözümleri
	Eposta Stratejisi, Ulusal ve Uluslararası Eposta hizmet sağlayıcısı seçimi
	Eposta Hizmet Sağlayıcıları Temel Kurallar
<b>Satış ve Pazarlama Kanalları ve Kampanya Yönetimi</b>	Eticaret Satış, İzleme ve Kampanya Raporları
	KPI ve İzleme Kontrol Yazılımları
	Satış Performans Göstergeleri
	Eticarete Rekabet Analizi
<b>Grafik Tasarım</b>	Tasarım & Tasarımda Olmazsa Olmazlar
	Takipçi ve Etkileşim kazanma
	Marka Entegrasyonları
	Ürün Dijitalleştirme Entegrasyonları
<b>Pazarlama Görselleri</b>	Kampanya Görselleri Yönetimi
	Dijital Platform Pazarlama Kurgu hazırlama
	Web sitesi içerik kurgu stratejileri
	Web sitesi içerik tasarım dinamikleri ve trandler
<b>Site Tasarımları</b>	Web sitesi tasarlarırken yapılması ve yapılmaması gerekenler
	Responsive Mobil Kurgu ve Uyarlama
	Youtube Kullanımı, İçerik Hazırlama İpuçları
	Influencer, Bloger Youtuber nedir
<b>Dijital Reklam Pazarlama</b>	Influencer, Bloger Youtuber marka ile nasıl eşleştirebiliriz.
	Ürün Fotoğrafları çekim ve kurgu nasıl olmalıdır
	Marka ve dijital platformlarda Hangi modülleri kullanmalıyız
	Sosyal Medya Takip ve analiz için kullanılan app programları
<b>Uluslararası Eticaret Operasyonu ve Saha Yönetimi</b>	Eticaret Şirketi Uluslararası Organizasyon Yönetimi
	Ulusal ve Uluslararası Ürün Döngüsü Yönetimi
	Eticaret'te Dropshipping Yönetimi
	Uluslararası Satış Platformlarında Depolama ve Lojistik
<b>Uluslararası Pazaryeri ve Kampanya Siteleri Karşılaştırmaları</b>	Uluslararası Satış Platformları Hesap Yönetimi
	Uluslararası Ürün Yönetimi
	Uluslararası Kargo ve Ödeme Yönetimi
	Uluslararası İade, İptal ve Değişim Prosedürleri
<b>Eticaret Firma/Ürün/Fiyat Analizleri ve Karşılaştırmalar</b>	Firma Sektör Analizi
	Hedef Pazar Analizi
	Rekabet Analizi
	Fiyatlandırma Analizi ve Yönetimi
	Kampanya Kurguları, Yönetimi ve Ölçümü

<b>Grafik ve Fotoğrafçılık Uygulamalı Eğitim</b>	Çapraz Kanal Yönetimi
	Tedarikçi Yönetimi
	Affiliate Marketing
<b>Alan Adı Seçimi ve Hosting Yönetimi</b>	Alan Adı, Hosting Seçimleri
	Mail Yapılandırılmaları ve Barındırma
	Bilgilendirme Mailleri Çeşitleri ve Email Yönetimi
	Sunucu Yedekleme, Felaket Senaryoları ve Sistem Sürekliliği
<b>Eihracat Sitesi Uygulamalı Eğitimi</b>	Eticaret Yönetim Paneline Giriş
	Kategori/Marka/Ürün Girişleri, Sipariş Paneli ve Yönetimi
	Tema Seçimi ve Görsel Yönetimi, Banner/Slider/Logo Ekleme
	Blog/İçerik Paneli ve Yönetimi
<b>Google Adwords</b>	Google Adwords Nedir? , Arama Motoru Pazarlaması ve Google Adwords
	Neden Google Adwords Reklamlar Ağları, Google Adwords Reklam Türleri ( Metin, Resim, Video ve Rich Media)
	Google Reklamları Hangi Kriterlere Göre Gösterilir? , Çoklu Reklam Setleri ve Reklamlar Oluşturma
	Adwords Hesabı Oluşturma, Kampanya Yapısını Anlama ve En İyi Kampanya Yapılandırma Uygulamaları
<b>Google Adwords Kampanyası Oluşturma</b>	Kampanya Hedef Kitle Belirleme ve Hedefleme Yöntemleri - Yer , Cihaz , Dil Hedeflemesinde En İyi Uygulamalar
	Teklif Stratejileri ve Bütçeleme, Teklif Stratejisi Türleri ve Seçimi
	Reklam Grubu Oluşturma ve Reklam Grubu Tekliflerini Yönetme
	Anahtar Kelime Planlayıcı ve Kullanımı - Anahtar Kelime Belirleme ve Reklam Gruplarına Ekleme
<b>Reklam Sıralaması ve Anahtar Kelime Kalite Puanı</b>	Anahtar Kelime Düzeyinde En Önemli Metrikler ve Analizi ( Gösterim Payı, Kaybedilen Gösterim Payları vb.)
	Dönüşüm Etkinliklerinin Kurulumu
	Anahtar Kelime, Bütçe ve CPC Optimizasyonu
	Google Adwords Dönüşüm Optimizasyon Teknikleri
<b>Kalite Puanı Artırmak İçin En İyi Uygulamalar</b>	Görüntülü Reklam Ağı Nedir ? (GDN) - Görüntülü Reklam Ağı Reklam Türleri
	Görüntülü Reklam Ağı Nasıl Çalışır? - Görüntülü Reklam Ağı Kampanya Kurgusu Gerçekleştirme
	Görüntülü Reklam Ağı Kampanyası Oluşturma ( GDN) - Görüntülü Reklam Ağı Teklif Stratejileri
	Görüntülü Reklam Ağı Hedefleme Seçenekleri
<b>Adwords Raporları</b>	Google Analytics Üzerinde Yer Alan Adwords Raporları
	Google Adwords Segmentleri Oluşturma
	Google Analytics Üzerinden Geliştirilmiş Remarketing Listeleri Oluşturma ve Adwords'de Hedefleme
	Google Adwords'ün E-Ticaret Raporlarındaki Katkısını Ölçümleme
<b>Facebook &amp; Instagram Reklamçılığı</b>	Facebook Reklamları Ve Fark Yaratan Unsurlar - Facebook Reklamcılığının Temel Prensipleri ve Çalışma Mantığı
	Facebook Reklamcılığında Temel Kavramlar Ve Performans Metrikleri

	Facebook Kullanıcı Davranışlarını Anlamak (Facebook audience insights)
	Facebook Kampanya Yapısını Anlamak - Hesap, Kampanya, Reklam Seti Ve Reklam Nedir, Farkları Nelerdir?
<b>Hedef Kitle Belirlemede Audience Insights Kullanımı</b>	Facebook'ta Hedef Kitle Belirleme Stratejileri
	Hedef Kitle Türleri ( Özel Hedef Kitle, Kayıtlı Hedef Kitleler, Benzer Hedef Kitleler)
	Retargeting İçin Hedef Kitle Oluşturma ( Ziyaretçi davranışlarına göre)
	Hedef Kitle Oluşturma Örnekleri - Reklam Alanlarını ve Farklarını Anlamak
<b>Facebook Üzerinden Instagram Reklam Yönetimi</b>	Dönüşüm Türlerini ve Farklarını Anlamak - Dönüşüm Kurulumu Ve Kontrol
	Dönüşüm Etkinliklerinin Kurulumu - Facebook Reklamlarında Dönüşüm Optimizasyonu
	Facebook Performans Raporlaması ( Önemli Metriklerle Rapor Oluşturma)
	Günlük Ve Haftalık Optimizasyon Yönetimi - Temel Analiz ve Raporlama Teknikleri
<b>Adwords - Search Console Bağlantı Ayarları</b>	Analytics Hedef Tanımlama ve Funnel (Huni) Oluşturma
	Analytics Filtreleri ve Özel Görünümler Oluşturma
	Analytics Ölçümleme Planı Oluşturma - Analytics Raporlar Arayüz Tanıtımı & Kullanımı
	Google Analytics Raporları Tanıtım - Analytics Trafik Kanallarını Anlamak ve Yönetmek
<b>Adwords - Search Console Bağlantı Ayarları</b>	Analytics Kampanya Takibi (UTM Tagging / URL Builder Kullanımı)
	Özel Trafik Kanalları Oluşturma - Data Segmentasyonu ve Analytics ile Segmentler Oluşturma
	Önemli Analytics Raporları Tanıtım ve Rapor Analizleri (Edinme, Kitle, Davranış, Dönüşümler)
	E-Ticaret Dönüşüm İzleme ve E-Ticaret Raporları