

ONLINE E-TİCARET ve E-İHRACAT UZMANLIĞI EĞİTİM PROGRAMI

Eğitimin Kapsamı:

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri, üye firmalarının 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 **14 Eylül 2020 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 **%80 devam şartı** aranacaktır. Eğitim programı bitiminde bir değerlendirme sınavı yapılacak ve bu sınavda başarılı olanlara **Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri onaylı ve ıslak imzalı “E-Ticaret & E-İhracat Uzmanlık”** sertifikası verilecektir.

Eğitim Almaya Hak Kazanacak Kişilerin Belirlenmesi:

- Eğitim alacak kişileri belirlemek tamamen **Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri’nin inisiyatifindedir.**
- Eğitime katılabilmek için önlisans ya da lisans programlarının birisinden mezun olma şartı bulunmaktadır.
- 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 bir yabancı dil sınav sonuç belgesini** (YDS, YÖKDİL, TOEFL, IELTS vs.) GAİB’e ibraz edebilecektir. Bu itibarla başvuru formunda yabancı dile dair olan kısmı boş bırakan ve yabancı dil bilgisine sahip olmadığını ifade eden adaylar elenecektir.

- Adayların GAİB'e bağlı şehirlerde ikamet etmeleri gerekmektedir. (**Gaziantep, Kahramanmaraş, Malatya, Şanlıurfa, Mardin, Diyarbakır, Kilis, Adıyaman, Cizre**). Diğer şehirlerden başvuru yapan adaylar elenecektir.
- Adayların kullandığı bildiği bilgisayar programları, tamamladığı kurslar ve kursa başvurmadaki temel motivasyon bilgileri dikkatle incelenecektir.

Diğer Hususlar:

- Bu eğitim programı sonrasında kursiyerlere herhangi bir şekilde iş garantisi verilmemektedir. Ancak programı başarı ile tamamlayan kursiyerlerin, **Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri** üyesi ve e-ticaret uzmanı istihdam edebilecek firmalarda istihdam edilmeleri konusunda destek sağlanacaktır.
- Daha net değerlendirme yapılabilmesi adına başvuru formunda yer alan tüm kısımların eksiksiz doldurulması gerekmektedir.
- Söz konusu eğitime son başvuru tarihi **6 Eylül Pazar günü saat 17.30 olup**, adayların başvurmak için <https://www.gaib.org.tr/tr/f/87.html> linkinden online başvuru formunu doldurulmaları gerekmektedir.

EK-1: Eğitim İçeriği

Ana Başlıklar	Eğitim Ders Konuları
Eticarete Giriş	Eticaretin Temelleri ve Dijital Dönüşüm
	Eticaret'in Ulusal ve Uluslararası Gelişimi
	Eticaret Sektörünün Yapısı
	Eticaret Pazar Hacmi ve Sektörün Geleceği
Firma Çeşitleri, İş Planı Oluşturma, KVKK	E-ticaret İş Planı Oluşturulması
	Eticaret'te Şirket Kurulumu
	Ulusal ve Uluslararası KVKK Yönetimi, İzinli pazarlama kanunu
	Yatırımcı İlişkileri ve Yatırımcı Süreç Yönetimi, Modelleme
Girişimcilik I	Girişimcilik ve Devlet Destekleri
	Finansal Plan ve Analizler
	Eticaret için Growth Hacking yaklaşımları
	Melek Yatırımcı İlişkileri ve Yatırımcı Süreç Yönetimi
Girişimcilik II	Marka, Pazar ve Pazarlama
	Ürün Geliştirme
	Ekip Oluşturma ve Ekip Yönetimi
	Büyüme ve Yatırım
Marka Tasarımı Pazar ve Pazarlama	Oryantasyon, Fikir ve Doğrulama
	Müşteri Kazanımı ve Gelir Modeli
	Marka ve Tasarım
	Girişimcilikte Hukuki Süreçler
	Eticaret'te Vergi ve Hukuki Sorumluluklar

Bilşim Hukuku, Sözleşmeler, Kişisel Veriler	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
Eticaret Yazılımları Seçimi	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
Tasarım, Tema ve Görsel Yönetimi	Tema Seçimi ve Görsel Yönetimi
	Responsive ve Mobil Tema Desteği
	Ürün Fotoğrafları, Banner ve Slider Üretimi
	Ürün Dijitalleştirme ve Entegrasyonları
Ürün Bilgi/Stok/Fotoğraf Entegrasyonu	Ürün ve/veya Hizmetlerin Tanımı ve Dış Entegrasyonlar
	Ürün İptal/İade/İmha Yönetimi
	Ulusal ve Uluslararası Ürün Bilgileri Hazırlama
	Eticaret Ürün Stok Yönetimi
Saha Operasyonu, Tedarik ve Sipariş Yönetimi	Tedarik ve Sipariş Yönetimi
	Depo Hizmetleri Yönetimi
	Ulusal ve Uluslararası Çoklu depo kullanımı
	Pazaryerleri ve Kampanya Siteleri Sevkiyat Yönetimi
Ulusal ve Uluslararası Eticaret Yazılımları, Karşılaştırmalar	Uluslararası Eticaret Yazılımları
	Uluslararası Eticaret Yazılımları Üstünlükleri ve Sorunları
	Uluslararası Eticaret Yazılımları Yönetim Paneli İncelemeleri
	Uluslararası Eticaret Yazılımları Karşılaştırma ve Seçim
Dijital Dönüşüm , ERP, CRM ve Entegrasyonlar	Eticaret'te Kurumsal Kaynak Yönetimi, ERP
	Müşteri İlişkileri Yönetimi, CRM
	CRM ve ERP/Muhasebe Entegrasyonları
	ERP ve CRM Kampanya, Ürün, Sipariş ve Müşteri Yönetimi
Ulusal Pazaryerleri Seçimi ve Yönetimi	Ulusal Pazaryerleri Karşılaştırmaları
	Pazaryeri Yönetim Panelleri İncelemeleri
	Ulusal Pazaryerleri Reklam Satış ve Pazarlama Yönetimi
	Pazaryerleri Entegrasyon Yönetimi
Ödeme Yöntemleri ve Ödeme Aracısı Kurumlar	Ulusal ve Uluslararası Kargo Yönetimi
	Ulusal ve Uluslararası Kargo Firmaları
	Kargo Maliyetleri, Hacim ve Ağırlıklar, Hesaplamalar
	Ulusal ve Uluslararası Pazaryerleri Kargo Yönetimi
Eticaret Personel İhtiyacı ve İş Tanımları	Eticaret İnsan Kaynakları Yönetimi
	Eticaret Personeli Dış Kaynak Kullanımı
	Eticaret/Eihracat Personeli İş Tanımları
	Eihracat Personeli Dış Kaynak Kullanımı
Eihracat ve Dış Ticaret Hedef Pazar Araştırma	Ürün Hedef Pazar Araştırma
	ETGB ve Mikro İhracat Kanunu
	Eihracat İçin Yurtdışı Mağaza/Depo/Şube Açılışları ve Dış Kaynak Kullanımları
	Eihracat Devlet Destekleri
Eticaret Kargo ve Lojistik Yönetimi	Sanal POS Alma ve Yönetimi
	Ödeme aracısı kurum Kullanımı
	Uluslararası Ödeme Alma Yöntemleri
	Diğer ödeme yöntemleri
Uluslararası Pazaryerleri ve Entegrasyonlar	Entegrasyon Firmaları Karşılaştırmaları
	Entegratör Yazılımları Yönetim Paneli İncelemeleri

Eposta Bildirim ve Mail Pazarlama Sistemleri	Uluslararası Entegratör Firmalar
	Uluslararası Entegratör Yazılımları Yönetim Panelleri
	Bildirim Mailleri Yönetimi
	Anlık Mesajlaşma Çözümleri
	Eposta Stratejisi, Ulusal ve Uluslararası Eposta hizmet sağlayıcısı seçimi
Satış ve Pazarlama Kanalları ve Kampanya Yönetimi	Eposta Hizmet Sağlayıcıları Temel Kurallar
	Eticaret Satış, İzleme ve Kampanya Raporları
	KPI ve İzleme Kontrol Yazılımları
	Satış Perfomans Göstergeleri
Grafik Tasarım	Eticarette Rekabet Analizi
	Tasarım & Tasarımda Olmazsa Olmazlar
	Takipçi ve Etkileşim kazanma
	Marka Entegrasyonları
Pazarlama Görselleri	Ürün Dijitalleştirme Entegrasyonları
	Kampanya Görselleri Yönetimi
	Dijital Platform Pazarlama Kurgu hazırlama
	Web sitesi içerik kurgu stratejileri
Site Tasarımları	Web sitesi içerik tasarım dinamikleri ve trandler
	Web sitesi tasarlararken yapılması ve yapılmaması gerekenler
	Responsive Mobil Kurgu ve Uyarlama
	Youtube Kullanımı, İçerik Hazırlama İpuçları
Dijital Reklam Pazarlama	Influencer, Blogger Youtuber nedir
	Influencer, Blogger Youtuber marka ile nasıl eşleştirebiliriz.
	Ürün Fotoğrafları çekim ve kurgu nasıl olmalıdır
	Marka ve dijital platformlarda Hangi modülleri kullanmalıyız
Uluslararası Eticaret Operasyonu ve Saha Yönetimi	Sosyal Medya Takip ve analiz için kullanılan app programları
	Eticaret Şirketi Uluslararası Organizasyon Yönetimi
	Ulusal ve Uluslararası Ürün Döngüsü Yönetimi
	Eticaret'te Dropshipping Yönetimi
Uluslararası Pazaryeri ve Kampanya Siteleri Karşılaştırmaları	Uluslararası Satış Platformlarında Depolama ve Lojistik
	Uluslararası Satış Platformları Hesap Yönetimi
	Uluslararası Ürün Yönetimi
	Uluslararası Kargo ve Ödeme Yönetimi
Eticaret Firma/Ürün/Fiyat Analizleri ve Karşılaştırmalar	Uluslararası İade, İptal ve Değişim Prosedürleri
	Firma Sektör Analizi
	Hedef Pazar Analizi
	Rekabet Analizi
Grafik ve Fotoğrafçılık Uygulamalı Eğitim	Fiyatlandırma Analizi ve Yönetimi
	Kampanya Kurguları, Yönetimi ve Ölçümü
	Çapraz Kanal Yönetimi
	Tedarikçi Yönetimi
Alan Adı Seçimi ve Hosting Yönetimi	Affiliate Marketing
	Alan Adı, Hosting Seçimleri
	Mail Yapılandırmaları ve Barındırma
	Bilgilendirme Mailleri Çeşitleri ve Email Yönetimi
Eihracat Sitesi Uygulamalı Eğitimi	Sunucu Yedekleme, Felaket Senaryoları ve Sistem Sürekliliği
	Eticaret Yönetim Paneline Giriş
	Kategori/Marka/Ürün Girişleri, Sipariş Paneli ve Yönetimi
	Tema Seçimi ve Görsel Yönetimi, Banner/Slider/Logo Ekleme
	Blog/İçerik Paneli veYönetimi

Google Adwords	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
Google Adwords Kampanyası Oluşturma	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
Reklam Sıralaması ve Anahtar Kelime Kalite Puanı	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
Kalite Puanı Artırmak İçin En İyi Uygulamalar	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
Adwords Raporları	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
Facebook & Instagram Reklamcılığı	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?
Hedef Kitle Belirlemede Audience Insights Kullanımı	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
Facebook Üzerinden Instagram Reklam Yönetimi	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
Adwords - Search Console Bağlantı Ayarları	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
Adwords - Search Console Bağlantı Ayarları	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