

	Eğitim Konuları	Eğitim İçeriği
1. Hafta	Eticarete Giriş	Eticaretin temelleri
		Eticaret'in Ulusal ve Uluslararası Gelişimi
		Eticaret Sektörünün Yapısı
		Eticaret Pazar Hacmi ve Sektörün Geleceği
	Firma Çeşitleri Vergi, Hukuk, Sözleşmeler	Eticaret de Firma Türleri
		Eticaret için Yurtdışı Mağaza/Depo/Şube Açılışları
		Eticaret Vergi, Hukuk, Mevzuat ve Sözleşmeler
		Ulusal ve Uluslararası KVKK Yönetimi, İzinli pazarlama kanunu
	Ulusal ve Uluslararası Yazılım Platformları	E-ticaret Yazılımları ve Hazır Paket Sistemler
		Eticaret yazılımlarının temel Modülleri
		Eticaret sistem maliyetleri
		3.Parti Eticaret Yazılımları ve Karşılaştırmalar
	Dijital Dönüşüm ve E-Sistemler	Eticaret de kurumsal kaynak yönetimi, ERP
		CRM Kullanımı ve Yönetimi
		CRM ERP/Muhasebe Entegrasyonları
		E-ticaret İş Planı Oluşturulması
	Eticaret Platform Seçimi	Türkiyedeki Platformların Karşılaştırılması
		Eticaret Paketleri Yönetim Paneli İncelemeleri
		Uluslararası Yazılım Platform Karşılaştırmaları
		Uluslararası Yazılım Platform Yönetim Paneli İncelemeleri
	Ulusal Pazaryerleri Seçimi	Ulusal Pazaryerleri Karşılaştırmaları
		Pazaryeri Yönetim Panelleri İncelemeleri
		Ulusal Pazaryerleri Yönetimleri
		Pazaryerleri Entegrasyon Yönetimi
	Ulusal ve Uluslararası Kampanya Siteleri Karşılaştırmaları	Ulusal ve Uluslararası Kampanya Siteleri Karşılaştırmaları
		Ulusal ve Uluslararası Kampanya Siteleri Yönetim Panelleri İncelemeleri
		Kampanya siteleri entegrasyonları
		Dünya'nın En Çok Kullanılan Kampanya Siteleri İncelemeleri
	Ulusal ve Uluslararası Entegrasyon Platformları	Türkiye'deki Entegrasyon Firmaları Karşılaştırmaları
		Entegratör Yazılımları Yönetim Paneli İncelemeleri
		Uluslararası Entegratör Firmalar
		Uluslararası Entegratör Yazılımları Yönetim Panelleri
	Eihracat ve dış Ticaret Hedef Pazar Araştırma	Ulusal ve Uluslararası Marka, Patent, Telif hakları
		Dış Ticaret Hedef Pazar Araştırma
		ETGB ve Mikro İhracat
		Tema Seçimi ve Görsel Yönetimi
	Tasarım, Tema ve Görsel Yönetimi	Responsive Mobil destek
		Ürün Fotoğrafları, Banner ve Slider Üretimi
		Ürün Dijitalleştirme ve Entegrasyonları
		Kampanya ve Mail Pazarlama Görselleri Yönetimi
2. Hafta	Kategori, Marka ve Ürün Yönetimi	Marka ve Kategorilerin Yönetimi
		Ürün kategorizasyonu
		Eticaret Tedarikçi Yönetimi
		Fiyatlandırma, Karlılık Ölçümü ve Yönetimi
	Ürün Bilgi/Stok/Fotoğraf Entegrasyonu	Ürün ve/veya Hizmetlerin Tanımı
		Ürün İptal/lade/İmha Yönetimi
		Ulusal ve Uluslararası Ürün Bilgileri Hazırlama
		Ürün Stok Yönetimi
	Tedarik ve Sipariş Yönetimi	Tedarik ve Sipariş Yönetimi
		Dış Depo Hizmetleri Yönetimi
		Ulusal ve Uluslararası Çoklu depo kullanımı
		Pazaryerleri ve Kampanya Siteleri Sevkiyat Yönetimi
	Ödeme Altyapısı Yönetimi	Sanal POS Alma ve Yönetimi
		Ödeme aracı kurum Kullanımı
		Uluslararası Ödeme Alma Yöntemleri
		Diğer ödeme yöntemleri
	Kargo ve Lojistik Yönetimi	Ulusal ve Uluslararası Kargo Yönetimi
		Ulusal ve Uluslararası Kargo Firmaları
		Kargo Maliyetleri, Hacim ve Ağırlıklar, Hesaplamalar
		Pazaryeri Kargo Yönetimi
	Eticaret Operasyonu ve Saha Yönetimi	E-ticarette Operasyon Yönetimi
		Organizasyon Şeması
		Dropshipping Yönetimi
		Ulusal ve Uluslararası Ürün Döngüsü Yönetimi
	Eticaret Personel İhtiyacı	Eticaret İnsan Kaynakları
		Eticaret Personeli Dış Kaynak Kullanımı
		Eihracat Personel İhtiyacı
		Eihracat Personeli Dış Kaynak Kullanımı
	Çağrı Merkezi Seçimi ve Stratejisi	Çağrı Merkezi Seçimi ve Stratejisi
		Ulusal ve Uluslararası Destek Yönetimi
		Bildirim Mailleri Yönetimi
		Anlık Mesajlaşma Çözümleri
	Eposta Bildirim ve Hizmet Sağlayıcı Yönetimi	Eposta Stratejisi, Ulusal ve Uluslararası Eposta hizmet sağlayıcısı seçimi
		Eposta Hizmet Sağlayıcıları Temel Kurallar
	Kampanya Yönetimi ve Raporlama	Kampanya Kurguları, Yönetimi ve Ölçümü
		Temel Performans Metriklerinin Belirlenmesi
		Çapraz kanal yönetimi
		Affiliate marketing
	Genel Eticaret Analizleri	Firma Sektör Analizi
		Hedef Pazar Analizi
		Pazarlama ve Satış Planları
		Rekabet Analizi
		Fiyatlandırma Analizi

3. Hafta	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 (Arama Ağı Kampanyası)	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
		Anahtar Kelime Eşleme Seçenekleri ve Kullanımı
	Reklam Sıralaması ve Anahtar Kelime Kalite Puanı	Negatif Anahtar Kelime Ekleme ve Negatif Listesi Oluşturma
		Etkili Google Adwords Metin Reklamlar Oluşturma
		En Çok Kullanılan Reklam Uzantıları ve Etkin Kullanımı
		Arama Terimleri Raporu ile Anahtar Kelime Belirleme
		Açık Artırma Raporu ve Anahtar Kelimede Rakip Takibi
		Google Adwords Arayüz Tanıtımı
		Arama Ağı Reklam Performansı Ölçümleme
		Google Adwords Dönüşüm İzleme ve Kurulumu
		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
		Görüntülü Reklam Ağı Kampanya Optimizasyonu Uygulamaları
	Google Adwords Remarketing Listeleri Oluşturma ve Hedefleme Yöntemleri	Günlük Ve Haftalık Optimizasyon Yönetimi
		Google Adwords Remarketing
		GDN Optimizasyonu
		Etkili Reklam Oluşturma ve En İyi Uygulamalar
		Konu, İlgi Alanı ,Anahtar Kelime ve Yerleşim Hedeflemesi
		Google Analytics Üzerinde Yer Alan Adwords Raporları
		Google Adwords Segmentleri Oluşturma
		Google Analytics Üzerinden Geliştirilmiş Remarketing Listeleri Oluşturma ve Adwords'de Hedefleme
	Facebook & Instagram Reklamcılığı (Dijital Pazarlama Kanalları Tanıtımı Ve Sosyal Medya Pazarlamasına Giriş)	Google Adwords'ün E-Ticaret Raporlarındaki Katkısını Ölçümleme
		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?
		Çoklu Reklam Setleri ve Reklamlar Oluşturma
	Hedef Kitle Belirlemede Audience Insights Kullanımı	Facebook Reklam Verme Amaçları ve Farkları
		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
		Hedef Kitlelerin Reklam Setlerinde Kullanımı
		Hedefleme Türleri ve Özel Hedef Kitlelerin Birlikte Kullanımı
		Reklam Seti Bütçe Belirleme
	Facebook Üzerinden Instagram Reklam Yönetimi	Teklif Verme Stratejileri Türleri Ve Farkları
		Reklam Alanlarını ve Farklarını Anlamak
		Instagram Reklamları Oluşturma ve Türleri
		Facebook Pixel İle Dönüşüm Takibi
		Facebook Pixel Ve Kullanımı
		Etkili Facebook Reklamı Oluşturmak (Metin ve Görsellerin Etkili Kullanımı)
	Facebook Business Manager Nedir, Nasıl Kullanılır?	Reklam Formatları Ve Farklarını Anlamak
		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

4. Hafta	Google Analytics Atölyesi	Google Analytics'e Giriş
		Google Analytics Çalışma Mantığı
		Google Analytics Çerezleri, Kullanıcı ve Otururum Tanımlamaları
		Temel Analytics Kavramları
		Google Analytics Hesap Oluşturma
		Google Analytics Kurulumu
		Analytics Hesap Yapılandırması
		Mikro ve Makro Hedef Belirleme
		Hesap, Mülk ve Görünüm Düzeyinde Temel Ayarlar
	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
		Analytics Kampanya Takibi (UTM Tagging / URL Builder Kullanımı)
		Özel Trafik Kanalları Oluşturma
		Önemli Analytics Raporları Tanıtım ve Rapor Analizleri (Edinme, Kitle, Davranış, Dönüşümler)
		E-Ticaret Dönüşüm İzleme ve E-Ticaret Raporları
	Devlet Destekleri	Data Segmentasyonu ve Analytics ile Segmentler Oluşturma
		Girişimcilik ve Devlet Destekleri
		Finansal Plan ve Analizler
		Eticaret için Growth Hacking yaklaşımları
	Grafik ve Fotoğrafçılık Uygulamalı Eğitim	Melek Yatırımcı İlişkileri ve Yatırımcı Süreç Yönetimi
		Fotoğraf Çekimi
		Grafik Görsel Üretimi ve Düzenlemeler
		Banner Slider Üretimi ve Yeniden Düzenleme
	Eticaret Panel Uygulamalı Eğitimi	Basit HTML / CSS e Giriş
		Eticaret Yönetim Paneline Giriş
		Kategori/Marka/Ürün Girişleri
		Tema Seçimi ve Görsel Yönetimi, Banner/Slider/Logo Ekleme
	Dijital Reklam ve Sosyal Medya Uygulamalı Eğitimi	Blog ve İçerik Yönetimi
		Adwords Hesabı Oluşturma
		Facebook, Analytics, Adwords Kullanımı
		Sosyal Medya Pazarlama ve İçerik Yönetimi
	SINAV ve MEZUNİYET TÖRENİ	Sosyal Medya Üzerinde Satış Yönetimi
		Dijital Sınav ve Mezuniyet Töreni