



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama– DIGIAGRIMARK (Safe Digital Marketing for Agripreneurs)

Erasmus+ KA2: Yetişkin Eğitimi için Stratejik Ortaklıklar

Project nr: 2020-1-TR01-KA204-094469



# TARIMSAL GİRİŞİMCİLER İÇİN GÜVENLİ DİJİTAL PAZARLAMA EĞİTMEN EL KİTABI



2023

<https://digiagrimark.com>





Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama – DIGIAGRIMARK**  
**Safe Digital Marketing for Agripreneurs – DIGIAGRIMARK**

Erasmus+ KA2: Yetişkin Eğitimi için Stratejik Ortaklıklar - No. 2020-1-TR01-KA204-094469



**TARIMSAL GİRİŞİMCİNİN GÜVENLİ DİJİTAL PAZARLAMA**  
**EĞİTMEN EL KİTABI**

2023

“Avrupa Birliği Erasmus+ Programı tarafından finanse edilmektedir. Ancak burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından Avrupa Komisyonu ve Türkiye Ulusal Ajansı sorumlu tutulamaz.”





## TARIMSAL GİRİŞİMCİLER İÇİN GÜVENLİ DİJİTAL PAZARLAMA

"Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" Eğitici El Kitabı, Türkiye Ulusal Ajansı tarafından desteklenen, "Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" Projesi (Erasmus+ Programı KA2 Yetişkin Eğitimi için Stratejik Ortaklıklar- No: 2020-1-TR01-KA204-094469) kapsamında hazırlanmıştır.

Grafik Tasarım: İlknur BÖĞREKÇİ, Fethi ATALAR

Basım Yılı: 2023

Bu kitabın tüm hakları saklıdır. Ücretsiz dağıtılmak üzere basılmıştır.

Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Kitabın tümü ya da bir kısmı çoğaltılarak satılamaz.

**"Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtan içeriklerin onaylandığı anlamına gelmez ve burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından Komisyon sorumlu tutulamaz."**



## **Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama (Safe Digital Marketing for Agripreneurs) – DIGIAGRIMARK**

Erasmus+ KA2: Yetişkin Eğitimi için Stratejik Ortaklıklar - No. 2020-1-TR01-KA204-094469

### **Proje ve Yayın Sahibi**

Aydın Valiliği  
Hüseyin AKSOY, Vali

### **Proje Yetkilisi**

Mehmet YÜCE, Vali Yardımcısı

### **Proje Ortakları:**

Aydın Valiliği (AB ve Dış İlişkiler Bürosu), Türkiye  
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye  
Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Türkiye  
Institute of Entrepreneurship Development (IED), Yunanistan  
Sosyal Etki ve Yenilikçi Eğitim Derneği (SOYED)  
Baldaque & Alves da Silva, Lda (NEWTIE), Portekiz  
European Grants International Academy SRL (EGInA), İtalya  
Söke Zirai Üretim İşletmesi Tarımsal Yayım ve Hizmetiçi Eğitim Merkezi Müdürlüğü (TAYEM), Türkiye  
Inercia Digital SL (INERCIA), İspanya

### **Editörler**

İlknur Böğrekci, Aydın Valiliği (AB ve Dış İlişkiler Bürosu)  
Dr. Taner Arabacıoğlu, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
Prof. Dr. Göksel Armağan, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

### **Yazarlar**

İlknur Böğrekci, Proje Koordinatörü, Aydın Valiliği (AB ve Dış İlişkiler Bürosu)  
Emre Özceylan, Aydın Valiliği (AB ve Dış İlişkiler Bürosu)  
Dr. Taner Arabacıoğlu, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
Prof. Dr. Göksel Armağan, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
Dr. Ebru Serter, Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü  
Alexandra Baldaque, Lda (NEWTIE)  
Emine Yıldız, Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü  
Sinem Durukal, Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü  
Stella Ionnou, Institute of Entrepreneurship Development (IED)  
Yaşar Yılmaz, Sosyal Etki ve Yenilikçi Eğitim Derneği  
Fethi Atalar, Sosyal Etki ve Yenilikçi Eğitim Derneği  
Kurşat Aşık, Söke Zirai Üretim İşletmesi Tarımsal Yayım ve Hizmetiçi Eğitim Merkezi Müdürlüğü (TAYEM)  
Erkan Toy, Söke Zirai Üretim İşletmesi Tarımsal Yayım ve Hizmetiçi Eğitim Merkezi Müdürlüğü (TAYEM)  
Valentina Brillì, European Grants International Academy SRL (EGINA)  
Isabel Gonzalez, Inercia Digital SL (INERCIA)  
Javier García Gómez, Inercia Digital SL (INERCIA)



## İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ .....	1
2. EĞİTİM/ÖĞRENME PROGRAMI.....	2
3. KURS MÜFREDATININ OLUŞTURULMASINDAKİ METODOLOJİ .....	2
4. GİRİŞ KOŞULLARI VE KATILIMCI PROFİLİ .....	3
5. EĞİTİCİLERİN NİTELİKLERİ.....	3
6. PROGRAMIN HEDEFLERİ .....	3
7. EĞİTİM/ÖĞRENME PROGRAMI.....	4
7.1. Müfredat - Eğitim/Öğrenim Yapısı .....	4
7.2. Yüz yüze Eğitim için Eğitim/Öğrenim Yapısı .....	4
7.3. Çevrimiçi Öğrenme için Eğitim/Öğrenim Yapısı .....	4
7.4. Harmanlanmış Öğrenim için Eğitim/Öğrenim Yapısı.....	5
8. PROGRAMIN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR .....	6
9. PROGRAMIN İÇERİĞİ VE SÜRESİ.....	8
10. PROGRAMIN UYGULANMASINDA KULLANILACAK EĞİTİM ARAÇLARI.....	9
11. ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME İLKELERİ .....	10
12. SERTİFİKASYON .....	11
13. KURS KAZANIMLARI .....	11
14. MODÜLLER .....	13
14.1. MODÜL 1 – PAZARLAMA YÖNETİMİ VE DİJİTAL PAZARLAMA .....	13
14.1.1. Giriş.....	13
14.1.2. Modül 1’in Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği.....	13
14.1.3. Modül 1 için Yararlı Kaynaklar .....	16
14.1.4. Modül 1 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı.....	17
14.2. MODÜL 2 – İÇERİK PAZARLAMA .....	19
14.2.1. Giriş.....	19
14.2.2. Modül 2’nin Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği.....	19
14.2.3. Modül 2 için Yararlı Kaynaklar .....	21
14.2.1. Modül 2 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı.....	23
14.3. MODÜL 3. İNTERNET VE SOSYAL CRM .....	25
14.3.1. Giriş.....	25
14.3.2. Modül 3’ün Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği.....	25
14.3.3. Modül 3 için Yararlı Kaynaklar .....	27
14.3.1. Modül 3 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı.....	28
14.4. MODÜL 4 - VERİ ANALİZİ VE RAPORLAMA .....	29



14.4.1.	Giriş.....	29
14.4.2.	Modül 4'ün Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği.....	29
14.4.3.	Modül 4 için Yararlı Kaynaklar .....	31
14.4.4.	Modül 4 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı.....	33
14.5.	MODÜL 5 – DİJİTAL REKLAMLAR VE KAMPANYALAR .....	34
14.5.1.	Giriş.....	34
14.5.2.	Modül 5'in Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği.....	34
14.5.3.	Modül 5 için Yararlı Kaynaklar .....	37
14.5.4.	Modül 5 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı.....	38
14.6.	MODÜL 6 - PAZARYERİ VE E-TİCARET .....	39
14.6.1.	Giriş.....	39
14.6.2.	Modül 6'nın Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği.....	39
14.6.3.	Modül 6 için Yararlı Kaynaklar .....	41
14.6.4.	Modül 6 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı.....	43
14.7.	MODÜL 7 - TARIMSAL İŞ BİRLİĞİ .....	45
14.7.1.	Giriş.....	45
14.7.2.	Modül 7'nin Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği.....	45
14.7.3.	Modül 7 için Yararlı Kaynaklar .....	47
14.7.4.	Modül 7 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı.....	49
14.8.	MODÜL 8 - KİŞİSEL BİLGİ GÜVENLİĞİ .....	51
14.8.1.	Giriş.....	51
14.8.2.	Modül 8'in Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği.....	51
14.8.3.	Modül 8 için Yararlı Kaynaklar .....	54
14.8.4.	Modül 8 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı.....	55
14.9.	MODÜL 9- DİJİTAL PAZARLAMADA GİZLİLİK VE GÜVENLİK .....	57
14.9.1.	Giriş.....	57
14.9.2.	Modül 9'un Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği.....	57
14.9.3.	Modül 9 için Yararlı Kaynaklar .....	60
14.9.4.	Modül 9 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı.....	61
15.	EĞİTMENLER İÇİN E-PLATFORM KILAVUZU.....	63
15.1.	KURS YAPISI .....	64
15.2.	ÖĞRENCİ RAPORLARI .....	65
16.	KAYNAKÇA .....	67



## **“Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama (Safe Digital Marketing For Agripreneurs)” Eğitmen El Kitabı**

### **1. GİRİŞ**

Günümüzün hızlı ve birbirine bağlı dünyasında dijital pazarlama, tarımsal işletmelerin daha geniş bir kitleye ulaşması, ürünlerini tanıtması ve güçlü müşteri ilişkileri geliştirmesi için vazgeçilmez bir araç haline geldi. Daha fazla girişimci dijital dünyaya adım attıkça, onları yalnızca faydalar konusunda değil, aynı zamanda karşılaşılabilecekleri potansiyel riskler ve zorluklar konusunda da eğitmek çok daha önemli hale geliyor.

Bu rehber kitabın temel amacı, eğitimcilerin tarımsal girişimcilere temel bilgi ve becerileri aktarmalarına yardımcı olmak, girişimcilerin dijital pazarlama tekniklerini etkin bir şekilde kullanmalarını, işletmelerini ve müşterilerini potansiyel tehditlerden korumalarını sağlamaktır.

Rehber kitap, güvenli dijital pazarlamanın temellerini kapsayan ve "Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" (Safe Digital Marketing for Agripreneurs) projesi kapsamında tarım girişimcileri için özel olarak hazırlanmış bir müfredat sunmaktadır. Müfredat, çevrimiçi platformları anlama ve kitle analizinden ilgi çekici içerik oluşturmaya, performansı izlemeye ve dijital güvenliği sağlamaya kadar erişilebilir ve pratik olacak şekilde tasarlanmıştır. Dijital ortam sürekli değişmekte ve düzenli olarak yeni teknolojiler ve trendler ortaya çıkmaktadır. Eğitim müfredatı ve bu rehber kitap hazırlanırken içeriğin mümkün olduğunca güncel olması ve tarım sektörünün dinamik ihtiyaçlarını karşılayacak en son bilgileri içermesi hedeflenmiştir.

Bu rehber kitap boyunca müfredatın kapsamlı çerçevesini, modüllerin içeriklerini, etkili eğitim oturumlarını kolaylaştıracak ipuçlarını ve faydalı kaynakları bulacaksınız. Her bölüm aktif katılımı teşvik edecek şekilde tasarlanmıştır.

Ayrıca DigiAgriMark projesi kapsamında hazırlanan ve eğitmenin eğitim sırasında kullanabileceği <https://digiagrimark.net> eğitim platformuna ve eğitim materyallerine nasıl erişileceğine ve kullanılacağına dair ayrıntılı açıklamalar da yer almaktadır.

Bu eğitimin sonunda tarımsal girişimciler, çevrimiçi faaliyetlerinde emniyet ve güvenliğe öncelik verirken dijital pazarlamadan etkin bir şekilde yararlanmak için gerekli bilgi ve becerilerle donatılacaktır. Eğitmenin rehberliğinde bu girişimciler, büyümeyi desteklemek, pazara erişimi artırmak ve sürdürülebilir bir tarım ekosistemine katkıda bulunmak için dijital pazarlamanın güçlü potansiyelini ortaya çıkarabilirler.



## 2. EĞİTİM/ÖĞRENME PROGRAMI

Bu metodolojik rehber, dokuz modülden oluşan bir eğitim/öğrenim programı ile ilgilidir. Tüm modüller, girişimcilerin ihtiyaçlarına göre eğitim programlarında herhangi bir kombinasyona izin verecek şekilde tasarlanmıştır. Ayrıca, bu materyali tamamlayan çevrimiçi öğrenme platformunda -<https://digiagrimark.net> (bir kullanıcı adı ve şifre oluşturarak erişilebilir), ünitelerin içeriği, üniteler arasında birbirini takip etme zorunluluğu olmaksızın, öğrenenler tarafından bireysel olarak takip edilebilir.

## 3. KURS MÜFREDATININ OLUŞTURULMASINDAKİ METODOLOJİ

Modül hazırlanırken AB Komisyonu'nun sekiz yeterlilik seviyesini içeren dijital Yeterlilik Çerçevesi dikkate alınmıştır.

Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ), amacı yeterlilikleri farklı ülkeler arasında daha anlaşılır kılmak olan ortak bir Avrupa referans çerçevesidir. Tüm seviyelerdeki ve eğitimin tüm alt sistemlerindeki yeterlilikleri kapsayan AYÇ, şu anda uygulamada olan 39 Avrupa ülkesindeki yeterliliklere kapsamlı bir genel bakış sağlamaktadır. Avrupa Mesleki Eğitimi Geliştirme Merkezi (European Centre for Development of the Vocational Training-CEDEFOP) AYÇ'nin uygulanması için analitik ve koordinasyon desteği sağlamak ve çerçevenin AB, ulusal ve sektörel düzeylerde uygulanmasına ilişkin konularda karşılaştırmalı çalışmalar ve analizler yürütmektedir. Avrupa Yeterlilikler Çerçevesinin uygulanması, Avrupa Parlamentosu ve Konseyi tarafından 23 Nisan 2008 tarihinde kabul edilen Hayat Boyu Öğrenme için Avrupa Yeterlilikler Çerçevesine ilişkin Tavsiye Kararına dayanmaktadır.

Avrupa Yeterlilikler Çerçevesinin özü, öğrenme çıktıları, yani bilgi, beceri ve yetkinlikler açısından tanımlanan sekiz referans seviyesidir. Bu nedenle, Öğrenme Çıktıları üç kategoride belirtilmiştir: Bilgi, Beceri ve Yeterlilikler. Kazanımlar tablosuna modüllerin eylemleri/başarıları ve iş yükü de eklenmiştir.

Projenin fikri çıktı ekibi, Avrupa'nın öğrenme çıktıları terimlerini temel alarak modüllerin öğrenme çıktılarını formüle etmiştir.

Hazırlık sürecinde aşağıdaki adımlar tamamlanmıştır:

1. Literatür taraması
2. Anketler - İhtiyaç Analizi
3. Proje ortağı ülkelerdeki son durum
4. Öğrenme çıktıları ve modülleri hazırlamak için talimatlar ve yönergeler
5. Öğrenme Hedeflerinin Tanımlanması: Her modül için eylemler/ kazanımlar, Bilgi, Beceri ve Yetkinlikler, Süresi (Saat)
7. Ölçme & değerlendirme yöntemi
8. Modüllerin İçeriklerinin Tanımlanması
9. Revizyonlar

"Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" Eğitim Müfredatı/Kursu AYÇ 3. Seviyede ve dokuz modül olarak hazırlanmıştır.

## 4. GİRİŞ KOŞULLARI VE KATILIMCI PROFİLİ

Eğitim modülünün öngörülen katılımcıları, kırsal alanlarda yaşayan ve/veya küçük ölçekli tarımsal işletmelerde veya çiftlik gıda üretiminde çalışan kişilerden oluşan hedef gruba aittir. Ancak herhangi bir birey de eğitim programında yer alabilir.

1. BİT ve çevrimiçi platformlar/sosyal medya hakkında temel bilgi ve aşinalık
2. 18 yaş üstü,
3. En az ilkokul mezunu olmak.
4. Kurs programının gerektirdiği işleri ve yetkinlikleri yapabilecek fiziksel özelliklere sahip olmak.

## 5. EĞİTİCİLERİN NİTELİKLERİ

Eğitmen/eğitici nitelikleri aşağıdaki sıraya göre belirlenir:

Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Bilgisayar Bilimleri ve Yönetim ve Pazarlama alanına kaynak teşkil eden yükseköğretim kurumlarında görev yapan öğretim elemanları

Öğretmenler (Bilgi ve bilgisayar teknolojileri ile Yönetim ve Pazarlama alanında)

BİT ve/veya pazarlama becerileri sertifikasına sahip mühendisler

BİT ve/veya pazarlama becerileri alanında eğitim/öğretim sertifikasına sahip eğitmenler

## 6. PROGRAMIN HEDEFLERİ

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler günümüz toplumlarını derinden etkiliyor. Bu etki iş piyasasından öğrenme-öğretme süreçlerine, iletişim araçlarından kişiler arası ilişkilere kadar köklü değişimlere neden olmaktadır. İnternet üzerinden yapılabilen telefon görüşmeleri, saniyeler içinde dünyanın öbür ucundaki alıcısına ulaştırılabilen mailler, bireylerin sanal dünyada kendilerini geniş kitlelere ifade edebilmeleri bu değişimlere örnek olarak verilebilir. Pazarlama alanında da önemli değişimler yaşanmaktadır. Pazar yeri uygulamaları ile satıcılar tüm ülkeye hizmet verebilmekte ya da sosyal medya siteleri üzerinden ürünlerini tanıtılabilmektedir. Ayrıca lojistik sektörünün gelişmesiyle birlikte ülkenin bir ucundan diğer ucuna satış ve teslimat kolaylıkla yapılabilmektedir.

Avrupa Komisyonu tarımda dijitalleşmeye büyük önem vermektedir. Komisyon, Nisan 2019'da 25 üye ülkenin katılımıyla tarım ve kırsal alanların dijitalleştirilmesine yönelik çok düzeyli stratejileri kapsayan EIP-AGRI Semineri düzenledi. Öncelikle, dijitalleşme stratejisinin ana bileşenleri ve tarımın dijitalleştirilmesinde stratejilerin geliştirilmesinde karşılaşılan zorluklar ele alındı. Bu bağlamda, programın temel amacı dijital pazarlama için yenilikçi ve sürdürülebilir bir eğitim e-öğrenme platformu oluşturmaktır.

"Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" Kurs Programı, çiftçilere dijital pazarlamayı güvenli bir şekilde gerçekleştirme becerileri kazandırılmasına katkıda bulunmak amacıyla hazırlanmıştır.



## 7. EĞİTİM/ÖĞRENME PROGRAMI

### 7.1. Müfredat - Eğitim/Öğrenim Yapısı

Modüllerin tasarımında AYC esas alınmıştır. Bu bağlamda modüller Seviye 3 olarak düzenlenmiştir. Bu seviye, ihtiyaç analizlerinin sonuçlarına ve günümüz teknolojik gelişmeleri göz önünde bulundurularak belirlenmiştir.

Eğitim/öğrenim programı dokuz modülden oluşmaktadır. Tüm modüller, katılımcıların ihtiyaçlarına göre bireysel kullanımlarına veya eğitim programlarında herhangi bir kombinasyona izin verecek şekilde tasarlanmıştır.

Eğitim Modülü üç farklı şekilde uygulanabilir: 1. Yüz yüze eğitim/öğrenme, 2. Çevrimiçi öğrenme ve 3. Karma eğitim/öğrenme. Eğitimden maksimum faydayı elde etmek için, öğrencilerin kendi kendilerine çalışmaları ve pratik yapmaları tavsiye edilir.

### 7.2. Yüz yüze Eğitim için Eğitim/Öğrenim Yapısı

Öğrenme süreçlerinde açıklama, soru-cevap ve yaşayarak öğrenme yöntemlerinin yanı sıra bireylerin düşünme, araştırma, problem çözme ve edindikleri bilgi ve becerileri yeniden yapılandırarak hayata geçirmelerini destekleyen bireysel öğrenme yöntem ve teknikleri uygulanmaktadır.

Konular basitten karmaşığa, kolaydan zora doğru sıralanır. Ancak eğitmenler içerik sıralamasını sınıfın fiziksel altyapı ve imkânlarına, bireylerin hazır bulunuşluk ve yeteneklerine göre tasarlayabilirler.

Kurs süresince bireylerin merak ve planlama, araştırma ve keşfetme, analiz etme ve derinleştirme, paylaşma ve hayata uygulama gibi faaliyetlerde bulunmaları sağlanarak öğrenenlerin eğitime aktif katılımları desteklenmelidir. Kurs dışında, bireyler öğrendiklerini pekiştirmek için kendi kendine öğrenme faaliyetlerinde pratik yapmaya teşvik edilmelidir.

Ayrıca kursiyerlerin karşılaştıkları sorunların çözümleri için online bir ortam oluşturulabilir.

Modüllerin öğrenme-eğitim sürecinde 32 saatlik temel yapıya (Yüz yüze) ek olarak çevrimiçi, kendi kendine çalışma ve uygulama saatleri önerilmektedir.

Eğitim programının yapısı ve öğrencinin özellikleri göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu yapının faaliyetlerin amacına ulaşmasında önemli olduğu düşünülmektedir.

### 7.3. Çevrimiçi Öğrenme için Eğitim/Öğrenim Yapısı

Çevrimiçi Öğrenme, herhangi bir fiziksel mekan olmaksızın internete bağlanabilen herkesin herhangi bir ortamda bilgisayar, akıllı telefon veya tablet gibi teknolojik cihazları kullanarak bilgi alabildiği bir eğitim yöntemidir.

Ancak bu öğrenme programı için öğrenenlerin başlangıç modülleri hakkında bazı temel bilgilere sahip olmaları gerekmektedir.

Modüller, eğitim kurumları tarafından belirlenen 3 farklı yöntemle öğretilir.

Senkron Çevrimiçi öğrenme: Öğretmen ve katılımcı grubun sanal sınıf ortamlarında aynı anda bulunduğu ve öğretim faaliyetinin gerçekleştirildiği modeldir.

Asenkron (ayrı zamanlı) Çevrimiçi model: Ders kitapları, video ve ses dosyaları gibi çeşitli öğretim materyalleri katılımcılara sunulur. Bu sayede katılımcı istediği zaman kendi hızına göre bireysel olarak öğrenme faaliyetini gerçekleştirebilir.

Karma Çevrimiçi öğrenme: Aynı eğitim programı içerisinde eş zamanlı ve ayrı zaman modellerinin uygulandığı modeldir.

Katılımcı eğitime online kayıt yaptırdıktan sonra yukarıda sıralanan 3 farklı yöntem ile online eğitimi tamamlayabilir. Katılımcılar sistem üzerinden takip edilebilir. Hangi üniteyi tamamladıkları ya da tamamlamadıkları görülür. Belirli gün ve saatlerde uzman eğitmenler tarafından verilen canlı derslerin takip edilmesi sağlanabilir. Böylece ders esnasında eğitime soru sorabilir ve derse aktif olarak katılabilir. Canlı dersler dışında eğitim panelinde hazırlanmış ders videolarını izleyebilir ve indirebilirler. Eğitim panelinde yer alan alıştırmaları ve ödevleri yaparak konuyu daha iyi kavramaları sağlanabilir. Ayrıca sistem üzerinden mesaj yazarak sorularına daha kısa sürede cevap almaları mümkündür. Belirlenen eğitim süresi sonunda online sınav uygulanmaktadır. Kurum tarafından belirlenen sınav geçme koşullarını sağlayan katılımcıya başarı sertifikası verilir.

#### 7.4. Harmanlanmış Öğrenim için Eğitim/Öğrenim Yapısı

Harmanlanmış öğrenme, çevrimiçi eğitim materyallerini ve çevrimiçi etkileşim fırsatlarını geleneksel yer tabanlı sınıf yöntemleriyle birleştiren bir eğitim yaklaşımıdır. Zaman, yer, program veya öğrenme hızı üzerinde bazı öğrenci kontrol unsurlarıyla birlikte hem öğretmenin hem de öğrencinin fiziksel varlığını gerektirir. Yüz yüze sınıf uygulamaları, içerik ve dağıtım ile ilgili bilgisayar aracılı faaliyetlerle birleştirilirken, öğrenciler hala bir öğretmenin bulunduğu "tuğla ve harç" okullarına devam eder. Harmanlanmış öğrenme, mesleki gelişim ve eğitim ortamlarında da kullanılmaktadır.

Harmanlanmış öğrenme, geleneksel eğitimi desteklemek için teknolojik materyallerin tek kullanımı olarak düşünülmemelidir. Harmanlanmış öğrenmedeki denge, verimliliği artırmak için çevrimiçi eğitime ek olarak yüz yüze dersler sunan çevrimiçi yoğun bir kurum olarak düşünülebilir.

Yukarıdaki açıklamalara dayanarak, eğitim modülleri yüz yüze ve çevrimiçi eğitim olarak planlanmalıdır. Planlama yapılırken konuların basitten karmaşığa, kolaydan zora durumu göz önünde bulundurulur. Yüz yüze eğitim olmasına karar verilen konular dışında kalanlar online eğitim olarak yapılır.



## 8. PROGRAMIN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

"Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" Kursu, çiftçiler, tarımsal girişimciler, köylüler veya diğer bireyler ve aynı zamanda BİT uzmanları, öğretmenler, eğitmenler, mühendisler, planlamacılar, pazarlama ve BİT alanında yüz yüze veya karma eğitimlerde sertifikalı eğitmenler tarafından kullanılabilir.

Hedef kitle, farklı çalışma ritimlerine ve muhtemelen farklı ülkelerde farklı işlere sahip olan çiftçilerdir. Bu nedenle bu eğitim için zaman çizelgelerini seçmekte tamamen özgür hissetmelidirler. Ancak eğitim gruplarının profiline göre yüz yüze veya karma öğrenme programları da uygulanabilir.

Müfredat/kurs, üniversitelerden, eğitim merkezlerinden, resmi kurumlardan, derneklerden ve uluslararası kuruluşlardan uzmanlarla iş birliği içinde hazırlanmıştır.

1. Bu program aracılığıyla, çiftçilerin kendi ürünlerinin veya şirketlerinin çeşitli dijital ortamlarda etkin bir şekilde pazarlanmasına katkıda bulunmak ve dijital pazarlama konusunda farkındalık ve beceri kazandırmak amaçlanmaktadır.

2. Öğrenme süreçlerinde anlatım, soru-cevap, yaparak ve yaşayarak öğrenme yöntemlerinin yanı sıra; bireylerin düşünmelerini, araştırmalarını, problem çözmelerini, edindikleri bilgi ve becerileri yeniden yapılandırmalarını ve uygulamalarını destekleyen eğlenerek öğreten bireysel öğrenme yöntem ve teknikleri uygulanır.

3. Uzaktan Eğitim; uzak yerleşim yerlerinde yaşayan insanların eğitimleri için kaynak ve öğretmen yetersizliği, bedensel engeli veya hastalığı olan kişilerin eğitim ihtiyaçları, örgün eğitime devam edememiş kişilerin eğitim ihtiyaçları, vatani görevlerini yerine getiren er ve erbaşların eğitim ihtiyaçları, cezaevlerinde bulunan hükümlülerin eğitim ihtiyaçları ve pandemi gibi nedenlerle ortaya çıkmıştır. Nedenlere bağlı olarak ortaya çıkmış bir eğitim yaklaşımıdır.

4. Uzaktan eğitim, bilgisayar iletişimi, sesli ve görüntülü konferanslar gibi etkileşimli ortamların kullanıldığı, öğrenmenin sosyal bir süreç olarak tanımlandığı bir kavramdır.

Uzaktan eğitim, eğitmen ve öğrenenin genellikle birbirinden uzakta olduğu ya da öğrenenlerin kendilerinin uzaktan katıldığı, iletişimin teknolojik araçlarla gerçekleştirilebildiği planlı ve örgün bir eğitimidir.

5. Bu program uzaktan eğitim ile uygulanacak Dijital Pazarlama Eğitimi Kurs Programının kapsamını, dikkat edilmesi gereken hususları, programda yer alması gereken bölümleri ve bu bölümlerin içeriklerinde yer alması gereken hususları tanımlamaktadır.

6. Kurs programının uzaktan eğitim kısmı senkron veya asenkron olarak uygulanabilir.

7. Uzaktan eğitim platformu eğitim faaliyetlerinin istenilen kaliteye ulaşabilmesi ve öğrenci-öğretmen, öğrenci-eğitim materyali etkileşiminin sağlanabilmesi için; öğretim materyallerinin (etkileşimli e-kitaplar, elektronik kitaplar, ses, video, animasyon, soru, grafik ve metinler) sunulması, sunulan öğretim materyalinin paylaşılması ve tartışılması, derslerin yönetilmesi, canlı dersler, elektronik ölçme-değerlendirme (çevrimiçi test) ve geribildirim. Öğrenme materyallerinin sağlanması, düzenlenmesi, alınan eğitimlerin kayıtlarının tutulması, takibi ve ilgili raporların alınması gibi işlevleri yerine getirmek üzere tasarlanmıştır.

Eğitim programının uygulanmasında yüz yüze ve karma eğitim yaklaşımları kullanılabilir. Her iki yöntemin de uygulanmadığı durumlarda asenkron uzaktan eğitim yoluyla eğitimlere devam edilebilir.

Dijital Pazarlama Eğitimi (Harmanlanmış Öğrenme) Kurs Programının içeriği ve kazanımları aracılığıyla kurallara uyma, sorumluluk, duyarlılık, doğruluk ve dürüstlük, ahlak, nezaket gibi değerlerin kazandırılması ve geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Bu müfredat içeriği dokuz modüle ayrılmıştır. Eğitmenlerin takip edebileceği veya öğrenenlerin kolayca katılabileceği kendi kendini eğiten bir formatta oluşturulmuştur. Her modül bir girişle başlar, içerik basit ve anlaşılması kolay bir şekilde sunulur ve sonunda öğrencilerin kendi başlarına çalışabilmeleri için web sitelerinin ve kaynakların bir listesi yer alır.



Program, eğitime açık ve uygun ortamlarda uygulanmaktadır. Program süresince kursiyerlere program içeriğini öğretmek için ihtiyaç duydukları araç, gereç ve materyaller sağlanmalı, ekipman temin edilmeli ve gerektiğinde bilgisayar destekli öğretim araçları (slaytlar, projektörler, akıllı tahtalar, online platformlar) kullanılmalıdır.

Bireyler, öğrendiklerini pekiştirmek için kurs dışında kendi kendilerine öğrenme faaliyetlerinde bulunmaya teşvik edilmelidir.

Program sonunda kazanımların değerlendirilmesi için sınavlar uygulanır. Kurs programı sonunda yapılacak sınavda başarılı olanlara sertifika verilir.



## 9. PROGRAMIN İÇERİĞİ VE SÜRESİ

Kurs programının süresi; günde en fazla 4 ders saati olmak üzere toplam 32 ders saatidir.

Sürelerin modüllere göre dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Modüller	Süre (Saat)
Pazarlama Yönetimi ve Dijital Pazarlama	3
İçerik Pazarlama	3
İnternet ve Sosyal CRM	3
Veri Analizi ve Raporlama	3
Dijital Reklamlar ve Kampanyalar	4
Pazar yeri ve E-Ticaret	4
Tarımsal İş Birliği	3
Kişisel Siber Güvenlik	4
Dijital Pazarlamada Gizlilik ve Güvenlik	5
TOPLAM	32



## 10.PROGRAMIN UYGULANMASINDA KULLANILACAK EĞİTİM ARAÇLARI

Programın uygulama sürecinde aşağıdaki araç, program ve ekipmanlar kullanılabilir;

1. "Tarım Girişimcileri için Güvenli Dijital Pazarlama" Müfredatı
2. Eğitimciler tarafından hazırlanan referans ders kitapları, bireysel öğrenme materyalleri, çevrimiçi öğrenme materyalleri, elektronik kitaplar, görsel kaynaklar ve referans ders kitapları, ders notları kullanılabilir.
3. Bilgi Teknolojileri ekipmanları: bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler, projektörler, akıllı tahtalar, vb.
4. Hazırlanmış ders materyalleri ve/veya sanal sınıflar.
5. "Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" kitabı-  
[https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1HdeU\\_fK6G8wI30SLUfZ2uTY5WKTZvCqm](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1HdeU_fK6G8wI30SLUfZ2uTY5WKTZvCqm)
6. "Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" eğitim platformu- <https://digiagrimark.net>
7. Video dosyaları: Digiagrimark Youtube kanalı  
([https://www.youtube.com/playlist?list=PLjIVOuWY\\_H6o3Y4yg1z1\\_I4bKwRJIaJoH](https://www.youtube.com/playlist?list=PLjIVOuWY_H6o3Y4yg1z1_I4bKwRJIaJoH)) ve diğer platformlardaki video dosyaları
8. Önerilen wiki'ler, web siteleri ve kaynakça
9. PowerPoint sunumları
10. Vaka çalışmaları ve başarı hikayeleri



## 11.ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME İLKELERİ

Ölçme ve değerlendirme süreci, öğrenme sisteminin önemli bir bileşenidir.

Her modülün sonunda, öğrencilerin konuları anlama düzeyini belirlemek için testler yapılacaktır. Bu testler çoktan seçmeli sorulardan oluşmaktadır.

Eğitim/öğrenim sürecinin sonunda bireylerin başarı düzeyleri aşağıdaki ilkelere göre belirlenecektir:

- Başarı belirlenirken öğrenme çıktılarındaki başarı bütüncül olarak değerlendirilir.
- Ölçme ve değerlendirme faaliyetleri dersin amaç ve kazanımları ile uyumlu olmalıdır.
- Değerlendirme yazılı, sözlü, uygulamalı veya varsa ödev veya projelere dayalı olarak yapılır.
- Karma eğitimde ise çoktan seçmeli sorulardan oluşan bir değerlendirme yapılıır.
- Birden fazla sınav türü ile sınanan dersin puanı veya notu, bu sınavların aritmetik ortalaması ile belirlenir. Bu puan veya not, dersin başarı puanı veya notu olarak kabul edilir.
- Değerlendirme puanı 100 üzerinden yapılır ve başarı puanının 100 üzerinden en az 50 olması gerekir.
- Kursiyerlerin sınava girmek için iki hakkı olacaktır.

## 12.SERTİFİKASYON

Sertifikanın alınabilmesi için 32 ders saatlik eğitimin tamamlanması ve sınavdan en az 50 puan alınması gerekmektedir.

## 13.KURS KAZANIMLARI

"Tarımsal Girişimciler için Dijital Pazarlama ve Dijital Güvenlik" Kursunun Katılımcılarına Sağlayacağı Faydalar:

1. Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar.
2. Dijital pazarlama içeriği geliştirir.
3. Sosyal medya kampanyalarını analiz eder.
4. Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir.
5. Dijital pazarlama yöntemi geliştirir.
6. Dijital pazarlama araçlarını kullanır.
7. Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular.
8. Dijital pazarlama ve dijital güvenlik konularında farkındalık kazanır.



## 14.MODÜLLER

### 14.1. MODÜL 1 – PAZARLAMA YÖNETİMİ VE DİJİTAL PAZARLAMA

#### 14.1.1. Giriş

Pazarlama yönetimi, müşterileri tatmin ederek işletme için kârlı olan fırsatları bulmaktan oluşur. Bu anlamda pazarlama tüketici odaklıdır, çünkü pazarlama yöneticisi tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak hizmetleri keşfetmek zorundadır.

Daha spesifik olarak, dijital pazarlama (çevrimiçi pazarlama olarak da bilinir), internet ve sosyal medya veya e-posta gibi diğer dijital iletişim biçimlerini kullanarak potansiyel müşterilerle bağlantı kurmak için ürünlerin tanıtımıdır.

Bu modülde, girişimci ve hedef kitle arasında tutarlı ve güvenilir bir ilişki sağlayarak hedeflenen müşterileri çekmek ve elde tutmak için tarımsal girişimcilerin nasıl değerli ve istikrarlı içerik oluşturup paylaşabilecekleri öğrenilecektir. Bu nedenle, şirketin hedeflerine ulaşmak için bilinmesi gereken temel hususlar açıklanacaktır.

#### 14.1.2. Modül 1'in Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği

MODÜL 1	PAZARLAMA YÖNETİMİ VE DİJİTAL PAZARLAMA
<b>Hedefler ve beklenen sonuçlar</b>	Günümüzde dijital pazarlama son derece önemlidir, çünkü geleneksel pazarlamanın aksine küresel bir erişime sahip hedef kitleye odaklanmaya yardımcı olur: dönüşüm odaklıdır ve kolayca izlenebilir.  Bu nedenle bu modül, çevrimiçi iş faaliyetlerinin doğru bir şekilde geliştirilmesi ve farklı alanlardaki sosyal ağların yönetimi için gerekli temel bilgi ve becerileri sağlayacaktır.  Bu modül ayrıca katılımcılara BİT'leri çalışma alanlarına entegre etmelerine ve çevrimiçi etkinliklerini artırmalarına yardımcı olacak bilgileri sağlayacaktır.
<b>Anahtar Kelimeler</b>	Sosyal medya, reklam, dijital pazarlama, dijital yönetim
<b>Önerilen Metodolojik İpuçları</b>	Bilgisayar/akıllı telefon kullanma becerisi dijital pazarlama edinimine fayda sağlayacaktır.  İlgili web sitelerinin, sosyal medya platformlarının ve bilgi kaynaklarının araştırılması öğrenmeyi kolaylaştıracaktır.  Uygulanacak kazanım testi ile bilgiler pekiştirilecektir.
<b>Araçlar ve Kaynaklar</b>	Bilgisayar/Dizüstü Bilgisayar/Tablet/Akıllı Telefon  İnternet Bağlantısı  Projeksiyon cihazı  Acrobat Reader  Video oynatıcı programlar vb.

<b>ÖĞRENME KAZANIMLARI</b>				
<b>KAZANIMLAR</b>	<b>BİLGİ</b>	<b>BECERİLER</b>	<b>YETKİNLİKLER</b>	<b>SÜRE (SAAT)</b>
Pazarlama yönetimi, dijital pazarlama ve ilgili araçları yorumlar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pazarlama kavramını ve temellerini tanımlar.</li> <li>- Pazarlama, Yönetim ve Dijital Pazarlamanın temellerini açıklar.</li> <li>- Pazarlama ve Dijital Pazarlamayı ayırt eder.</li> <li>- Dijital Pazarlamanın faydalarını anlatır.</li> <li>- Dijital pazarlama araçlarını açıklar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pazarlama ve dijital pazarlama süreçlerini ayırt edebilir.</li> <li>- Dijital pazarlama araçlarını kullanır.</li> </ul>	Yenilikçi pazarlama yöntemlerini açıklayabilir.	3

**Modülün İçeriği:**

1. Dijital Pazarlama Nedir
2. Dijital Pazarlama Teriminin Gelişimi
3. Temel özellikler- Pazarlama ve Dijital Pazarlama Arasındaki Fark
  - 3.1. Düşük Maliyet
  - 3.2. Kapsamlı Segmentasyon
  - 3.3. Tüketici Entegrasyonu
  - 3.4. Anlık Sonuçlar
  - 3.5. Markalaşma
4. (Dijital) Pazarlamanın Temel Unsurları
  - 4.1. Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) ve Arama Motoru Pazarlaması (SEM)
  - 4.2. İçerik Pazarlaması
  - 4.3. Sosyal Ağlar
  - 4.4. E-posta Pazarlama
  - 4.5. Pazarlama Analitiği
5. Dijital Pazarlama araçları
  - 5.1. SEM Araçlar
  - 5.2. İçerik Araçları
  - 5.3. Sosyal Ağ Araçları
  - 5.4. E-posta Araçları
  - 5.5. Analiz Araçları

## 6. Dijital Pazarlama Eğilimleri (Trendler)

- 6.1. Akıllı Otomasyon
- 6.2. Kullanıcı Deneyimi
- 6.3. Video Pazarlama
- 6.4. Doğal Dil İşleme (NLP - Natural Language Processing)

## 7. Dijital Pazarlama Planı

- 7.1. Dijital Pazarlama Planı Nedir?
- 7.2. Planlama
- 7.3. Yürütme
- 7.4. Kontrol

### 14.1.3. Modül 1 için Yararlı Kaynaklar

14.1.3. Modül 1 için Yararlı Kaynaklar	
<b>Bilgi Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://instagantt.com/project-management/what-is-marketing-management">https://instagantt.com/project-management/what-is-marketing-management</a></li> <li>• <a href="https://www.marketo.com/digital-marketing/">https://www.marketo.com/digital-marketing/</a></li> <li>• <a href="https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-digital-marketing">https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-digital-marketing</a></li> <li>• <a href="https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp">https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp</a></li> <li>• <a href="https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/">https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/</a></li> <li>• <a href="https://www.snhu.edu/about-us/newsroom/business/types-of-digital-marketing">https://www.snhu.edu/about-us/newsroom/business/types-of-digital-marketing</a></li> <li>• <a href="https://www.ama.org/pages/what-is-digital-marketing/">https://www.ama.org/pages/what-is-digital-marketing/</a></li> <li>• <a href="https://www.sas.com/en_us/insights/marketing/digital-marketing.html">https://www.sas.com/en_us/insights/marketing/digital-marketing.html</a></li> </ul>
<b>Web Siteleri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digital-transformation-and-information-management-enabling-change/">https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digital-transformation-and-information-management-enabling-change/</a></li> <li>• <a href="https://www.griddigitalmarketing.com/">https://www.griddigitalmarketing.com/</a></li> <li>• <a href="https://www.digitalmarketing.com/">https://www.digitalmarketing.com/</a></li> <li>• <a href="https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/digital-marketing/">https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/digital-marketing/</a></li> <li>• <a href="https://kajabi.com/blog/digital-marketing">https://kajabi.com/blog/digital-marketing</a></li> <li>• <a href="https://iide.co/blog/top-digital-marketing-examples/">https://iide.co/blog/top-digital-marketing-examples/</a></li> <li>• <a href="https://www.equinetacademy.com/what-is-digital-marketing/">https://www.equinetacademy.com/what-is-digital-marketing/</a></li> <li>• <a href="https://azbigmedia.com/business/7-examples-of-digital-marketing-you-should-know/">https://azbigmedia.com/business/7-examples-of-digital-marketing-you-should-know/</a></li> <li>• <a href="https://www.webfx.com/blog/marketing/7-digital-marketing-examples-to-inspire-your-campaigns/">https://www.webfx.com/blog/marketing/7-digital-marketing-examples-to-inspire-your-campaigns/</a></li> </ul>
<b>YouTube Videoları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=bixR-KIJKYM">https://www.youtube.com/watch?v=bixR-KIJKYM</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=wZZnxXyES80">https://www.youtube.com/watch?v=wZZnxXyES80</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=h95cQkEWBx0">https://www.youtube.com/watch?v=h95cQkEWBx0</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=nMzp1yfflco">https://www.youtube.com/watch?v=nMzp1yfflco</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=KnfJUpwF1Gk">https://www.youtube.com/watch?v=KnfJUpwF1Gk</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=SbJnXHfDJPg">https://www.youtube.com/watch?v=SbJnXHfDJPg</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=4imowpDWRDg">https://www.youtube.com/watch?v=4imowpDWRDg</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=gq_BRyRpe9U">https://www.youtube.com/watch?v=gq_BRyRpe9U</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=d0uZF2r0er8">https://www.youtube.com/watch?v=d0uZF2r0er8</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=sXuONVbhZzs">https://www.youtube.com/watch?v=sXuONVbhZzs</a></li> </ul>



#### 14.1.4. Modül 1 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı

Öğrenme Çıktısı - Program Çıktısı Matrisi:

(1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek, 5: Çok Yüksek)

	Program Çıktısı 1 “Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar.”	Program Çıktısı 2 “Dijital pazarlama içeriği geliştirir.”	Program Çıktısı 3 “Sosyal medya kampanyalarını analiz eder.”	Program Çıktısı 4 “Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir.”	Program Çıktısı 5 “Dijital pazarlama yöntemi geliştirir.”	Program Çıktısı 6 “Dijital pazarlama araçlarını kullanır.”	Program Çıktısı 7 “Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular.”
Pazarlama kavramını ve temellerini tanımlar.	2	2	2	2	2	2	2
Pazarlama, Yönetim ve Dijital Pazarlamanın temellerini açıklar.	2	2	2	2	2	2	2
Pazarlama ve Dijital Pazarlamayı birbirinden ayırır.	3	2	1	1	1	1	1
Dijital Pazarlamanın faydalarını tanımlar.	3	2	1	1	1	1	1
Dijital Pazarlamaya uygulanacak kaynakları veya araçları tanımlar.	2	1	1	1	1	3	1



## 14.2. MODÜL 2 – İÇERİK PAZARLAMA

### 14.2.1. Giriş

İçerik pazarlaması, hedef kitleler için değerli ve istikrarlı içerikler oluşturmaya ve bu içerikleri online araç ve platformlar aracılığıyla paylaşmaya dayanan bir pazarlama biçimidir.

Dijital pazarlama dünyasında oldukça sağlam bir yere sahip olan içerik pazarlaması gün geçtikçe daha da önem kazanıyor. Klasik reklam sunumları artık insanları eskisi kadar etkilemiyor; kitleler klasik monoton reklamları görmezden gelmektedir. Bundan doğan ihtiyaç İçerik Pazarlaması kavramını ortaya çıkarmıştır. İçerik, belirlenen hedef kitleyi belirli yöntemlerle etkilemeye yönelik çalışmaların bütünüdür. Düzenli ve kaliteli içerikler oluşturularak, belirlenen kitlelere ilgi ve ihtiyaç konularına göre etkili & değerli materyaller sunulur. İçeriğin amacı, hedeflenen kitleyi çekmek, elde tutmak ve sürdürülebilir bir şekilde faydalı müşteri eylemine yönlendirmektir. Böylece hedef grupların müşteriye dönüşmesi sağlanır. Bu materyaller video, e-posta, sosyal medya, blog, makale, e-kitap gibi çeşitli formatlarda olabilir. Değişen dijital pazarlama anlayışı kapsamında bu yöntemlere farklı yöntemler de eklenebilmektedir. Dijital İçerik Pazarlaması, kişinin bireysel iletişiminin yerini alır ve hedef kitle ile etkileşim sağlar. Girişimci ve hedef kitle arasında tutarlı ve güvenilir/güvenilir bir ilişki kurulmasını sağlar.

Bu modülde katılımcı içerik pazarlamasının ne olduğunu, hedef kitlenin nasıl belirleneceğini, içerik pazarlamasını planlamayı, strateji geliştirmeyi ve adımları tanımlamayı öğrenecektir.

### 14.2.2. Modül 2'nin Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği

MODÜL 2	İÇERİK PAZARLAMA
<b>Hedefler ve beklenen sonuçlar</b>	<p>Bu modülün temel amacı, tarımsal girişimcilerin içerik pazarlaması kavramı hakkındaki farkındalıklarını, becerilerini ve yeterliliklerini geliştirmektir. Bu modülde öğrenenler (geleneksel pazarlama yaklaşımını benimseyen yetiştiriciler, üreticiler gibi) alternatif bir pazarlama stratejisi olarak çeşitli çevrimiçi platformlar aracılığıyla belirlenen hedef kitle(ler) için içerik üretmeye dayanan içerik pazarlaması hakkında bilgi ve beceri sahibi olacaklardır.</p> <p>Tarımsal girişimciler, içerik pazarlamasının temel tanımlarını, önemini ve faydalarını öğrenmenin yanı sıra hedef kitlelerini tanımlama, ürünlerini pazarlamak için içerik üretme ve bu içeriği çevrimiçi platformlarda paylaşma becerisi kazanacaklardır.</p> <p>Bu modülün tamamlanmasının ardından, tarımsal girişimcilerin içerik pazarlama stratejisi geliştirmeleri ve içerik pazarlama adımlarını ana meslekleri olan çiftçilik ve üreticiliğin yanı sıra faaliyetlerine de uygulamaları beklenmektedir.</p>
<b>Anahtar Kelimeler</b>	<p>içerik, pazarlama, içerik pazarlama, dijital pazarlama, sosyal medya pazarlaması</p>
<b>Önerilen Metodolojik İpuçları</b>	<p>Bilgisayar/akıllı telefon kullanma becerisi dijital pazarlama kazanımına fayda sağlayacaktır.</p> <p>İlgili web sitelerinin, sosyal medya platformlarının ve bilgi kaynaklarının araştırılması öğrenmeyi kolaylaştıracaktır.</p> <p>Çeşitli kaynaklar üzerinde kendi kendine öğrenme aktiviteleri eğitim/öğrenme sürecini destekleyecektir.</p>

<b>Araçlar ve Kaynaklar</b>	Bilgisayar/Dizüstü Bilgisayar/Tablet/Akıllı Telefon İnternet Bağlantısı Projeksiyon cihazı Acrobat Reader Video oynatıcı programlar vb.			
<b>ÖĞRENME KAZANIMLARI</b>				
<b>KAZANIMLAR</b>	<b>BİLGİ</b>	<b>BE CERİLER</b>	<b>YETKİNLİKLER</b>	<b>SÜRE (SAAT)</b>
İçerik pazarlama stratejisi geliştirir.	-İçerik pazarlamasını tanımlar. -İçerik pazarlamasının faydalarını açıklar. -Dijital pazarlama açısından içeriğin önemini değerlendirir. -İçerik pazarlama adımlarını tanımlar. - İçeriğin ne kadar etkili olması gerektiğini tanımlar. -Pazarlama faaliyetlerinin sonuçlarını gözden geçirir.	-Üretilen içeriğin etkinliği hakkında yorum yapar. -Ürünlerini pazarlayabileceği hedef kitle ve üretim için içerik konusunda stratejik adımlar oluşturur. -Sosyal medya platformlarında içerik paylaşır.	İçerik pazarlama stratejisini ve sürecini dijital/ çevrimiçi platformlarda uygulayabilir.	3
<b>Modülün İçeriği:</b>				
1. İçerik Pazarlama Nedir				
1.1. İçerik Pazarlamasının Tanımları				
1.2. İçerik Pazarlamasının Amacı				
1.3. İçerik Pazarlamasının Tarihçesi				
1.4. İçerik Pazarlamasında İçerik Türleri ve Kanallar				
2. İçerik Pazarlamanın Avantajları ve Dezavantajları				
2.1. İçerik Pazarlaması Neden Önemlidir?				
2.2. İçerik Pazarlamasının Avantajları				
2.3. İçerik Pazarlamasının dezavantajları				
3. İçerik Pazarlama Stratejisi				
3.1. Misyon ve Hedef Belirleme				
3.2. Hedef Kitlenin Belirlenmesi				
3.3. İletişim				
3.4. İçerik Oluşturma				
3.5. İçerik Pazarlama Kanallarının Seçimi				
3.6. İçerik Pazarlama Takvimi				
3.7. Etkinlik/Verimlilik Ölçümü				

### 14.2.3. Modül 2 için Yararlı Kaynaklar

<b>Bilgi Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Understanding digital content marketing- <a href="https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725708X325977">https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725708X325977</a></li> <li>• <a href="https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/ijsoctu4&amp;div=75&amp;id=&amp;page=">https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/ijsoctu4&amp;div=75&amp;id=&amp;page=</a></li> <li>• Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and Tactics- <a href="https://marketing.expertjournals.com/23446773-511/">https://marketing.expertjournals.com/23446773-511/</a></li> <li>• To analyse Consumer Satisfaction level in Digital Content Marketing with emphasis on shopping websites. - <a href="https://events.rdias.ac.in/wp-content/uploads/2021/06/2.-To-analyze-Consumer-Satisfaction-level-in-Digital-Content-Marketing-with-emphasis-on-shopping-websites.pdf">https://events.rdias.ac.in/wp-content/uploads/2021/06/2.-To-analyze-Consumer-Satisfaction-level-in-Digital-Content-Marketing-with-emphasis-on-shopping-websites.pdf</a></li> <li>• Improving Content Marketing Processes with the Approaches by Artificial Intelligence-</li> <li>• <a href="https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=585926">https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=585926</a></li> <li>• Content Marketing Decisions for Effective Internal Communication- <a href="https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=692079">https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=692079</a></li> </ul>
<b>Web Siteleri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.tutorialspoint.com/digital_marketing/digital_marketing_content.htm">https://www.tutorialspoint.com/digital_marketing/digital_marketing_content.htm</a></li> <li>• <a href="https://www.excelr.com/importance-of-content-in-digital-marketing">https://www.excelr.com/importance-of-content-in-digital-marketing</a></li> <li>• <a href="https://www.webfx.com/digital-marketing/learn/how-important-is-content-to-a-digital-marketing-strategy/">https://www.webfx.com/digital-marketing/learn/how-important-is-content-to-a-digital-marketing-strategy/</a></li> <li>• <a href="https://www.demandjump.com/blog/what-is-content-marketing-in-digital-marketing">https://www.demandjump.com/blog/what-is-content-marketing-in-digital-marketing</a></li> <li>• <a href="https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/content-marketing-strategy/">https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/content-marketing-strategy/</a></li> <li>• <a href="https://www.brafton.com/content-marketing/">https://www.brafton.com/content-marketing/</a></li> <li>• <a href="https://www.brightdesign.co.uk/digital-marketing-vs-content-marketing/">https://www.brightdesign.co.uk/digital-marketing-vs-content-marketing/</a></li> <li>• <a href="https://visme.co/blog/content-marketing-tips/">https://visme.co/blog/content-marketing-tips/</a></li> <li>• <a href="https://digitalmarketinginstitute.com/blog/5-essential-tips-for-a-successful-content-marketing-strategy">https://digitalmarketinginstitute.com/blog/5-essential-tips-for-a-successful-content-marketing-strategy</a></li> <li>• <a href="https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/">https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/</a></li> <li>• <a href="https://assetdigitalcom.com/content-marketing-important/">https://assetdigitalcom.com/content-marketing-important/</a></li> <li>• <a href="https://neilpatel.com/what-is-content-marketing/">https://neilpatel.com/what-is-content-marketing/</a></li> </ul>



<b>YouTube Videolari</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Content Marketing For Beginners: Complete Guide <a href="https://www.youtube.com/watch?v=OR_3iarc8IA">https://www.youtube.com/watch?v=OR_3iarc8IA</a></li><li>• What is Content Marketing? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=WQmvJVKOWXM">https://www.youtube.com/watch?v=WQmvJVKOWXM</a></li><li>• Content Marketing Strategy in 7 Minutes <a href="https://www.youtube.com/watch?v=8-shSAxeK00">https://www.youtube.com/watch?v=8-shSAxeK00</a></li><li>• Joe Pulizzi: Six Steps to Creating a Content Brand <a href="https://www.youtube.com/watch?v=4xcgf_1ZsNU&amp;t=281s">https://www.youtube.com/watch?v=4xcgf_1ZsNU&amp;t=281s</a></li><li>• Content Marketing Strategy   Joe Pulizzi <a href="https://www.youtube.com/watch?v=0BaSjglvEf8&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=0BaSjglvEf8&amp;t=1s</a></li><li>• What is Content Marketing in 2022? &amp; How to Build Your Content Marketing Strategy <a href="https://www.youtube.com/watch?v=NurWsgwnSmE">https://www.youtube.com/watch?v=NurWsgwnSmE</a></li></ul>
--------------------------	--

### 14.2.1. Modül 2 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı

Öğrenme Çıktısı - Program Çıktısı Matrisi:

(1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek, 5: Çok Yüksek)

	Program Çıktısı 1 “Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar.”	Program Çıktısı 2 “Dijital pazarlama içeriği geliştirir.”	Program Çıktısı 3 “Sosyal medya kampanyalarını analiz eder.”	Program Çıktısı 4 “Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir.”	Program Çıktısı 5 “Dijital pazarlama yöntemi geliştirir.”	Program Çıktısı 6 “Dijital pazarlama araçlarını kullanır.”	Program Çıktısı 7 “Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular.”
İçerik Pazarlamayı tanımlar.	2	2	2			2	
İçerik pazarlamasının faydalarını açıklar.	2	2	2				
İçeriğin dijital pazarlama açısından önemini bilir.	2	2	2				
İçerik pazarlama adımlarını açıklar.	2	3	2	4	4	4	
İçeriğin ne kadar etkili olması gerektiğini açıklar	3	3	3		4	4	
Sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerinin etkilerini gözden geçirir.	3	3	4		3		





### 14.3. MODÜL 3. İNTERNET VE SOSYAL CRM

#### 14.3.1. Giriş

Pazar ve tüketici arasında ayrıcalıklı bir iletişim stratejisi olarak Dijital Pazarlama, ürün ve hizmetlerin satışı için gerekli olan çeşitli dijital araçların (sosyal ağlar, e-posta pazarlaması ve web siteleri) kullanımını ifade eder.

İnternet ve Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) modülü, tarım girişimcilerinin dijital dünyada bir işletmeyi veya markayı güçlendirmesine olanak tanıyan farklı içerik ve araçları kapsayacaktır.

#### 14.3.2. Modül 3'ün Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği

MODÜL 3	İNTERNET VE SOSYAL CRM
<b>Hedefler ve beklenen sonuçlar</b>	<p>Bu modülün temel amacı, tarımsal girişimcilerin Dijital Pazarlama alanında internet ve sosyal medya ile ilgili beceri ve yeterliliklerini geliştirmektir.</p> <p>Bu modülde, web sayfalarının tasarımı ile ilgili hedefler, site düzeni, navigasyon, yazı tipi boyutu, renkler vb. ayrıntıların nasıl oluşturulacağını ve web sitelerinin arama motorları için nasıl optimize edilmesi gerektiğini keşfetmektir.</p> <p>Sosyal medya içerikleri ile ilgili olarak, tarımsal işletmelerin hedeflerine ulaşmak için pazarlama, satış ve müşteri hizmetlerinde e-posta, web sitesi, sosyal medya hesapları, forumlar gibi kanalları aktif olarak kullanma sürecini derinlemesine bilmek amaçlanmaktadır.</p> <p>Buna ek olarak, tarımsal girişimcilerin etkin bir E-CRM kullanarak ve müşterilerle etkileşimlerini geliştirerek süreçlerinin verimliliğini artırmaları beklenmektedir. İşletmelerin, müşterilerin bireysel ihtiyaçlarını karşılayan ürün ve hizmetleri özelleştirmelerini sağlayabilecekleri beklenmektedir.</p>
<b>Anahtar Kelimeler</b>	İnternet, web sayfaları, e-posta, sosyal medya, CRM, E-CRM
<b>Önerilen Metodolojik İpuçları</b>	<p>Bilgisayar/akıllı telefon kullanma becerisi dijital pazarlama edinimine fayda sağlayacaktır.</p> <p>İlgili web sitelerinin, sosyal medya platformlarının ve bilgi kaynaklarının araştırılması öğrenmeyi kolaylaştıracaktır.</p> <p>Uygulama yapılması önemlidir.</p> <p>Uygulanacak kazanım testi ile bilgiler pekiştirilecektir.</p>
<b>Araçlar ve Kaynaklar</b>	<p>Bilgisayar/Dizüstü Bilgisayar/Tablet/Akıllı Telefon</p> <p>İnternet Bağlantısı</p> <p>Projeksiyon cihazı</p> <p>Acrobat Reader</p> <p>Video oynatıcı programlar vb.</p>

<b>ÖĞRENME KAZANIMLARI</b>				
<b>KAZANIMLAR</b>	<b>BİLGİ</b>	<b>BECERİLER</b>	<b>YETKİNLİKLER</b>	<b>SÜRE (SAAT)</b>
-Bir web sitesinin içeriğini, yapısını ve düzenini planlar. -Online müşteri ilişkileri yönetimi (E-CRM) kullanarak iş modeli için e-posta ve sosyal medya tanıtım kampanyası oluşturur.	-Web tasarımının temellerini açıklar -Arama motoru listelerinde en iyi yeri ayırt eder -Sosyal medya hesaplarının etkinliğini artırma yöntemlerini yorumlar -Sosyal CRM ve faydalarını tartışır.	-Bir e-posta hesabını verimli kullanabilir -Sosyal medya hesapları oluşturur - Sosyal medya hesaplarının etkinliğini artıracak yöntemler kullanır - Bir ürün tanıtım web sitesinin etkinliğini gözden geçirir.	- İşini büyütmek için e-posta ve sosyal medya gibi bilgi araçlarını ve teknolojilerini kullanabilir - E-CRM yoluyla ürün ya da hizmetler hakkında müşteri etkileşimi sağlayabilir.	3
<p><b>Modülün İçeriği:</b></p> <p>1. İşletmeniz için Web Sitesi Oluşturma</p> <p>1.1. Web Tasarımının Temelleri</p> <p>1.2. Web Sitenizi Başlatmak</p> <p>1.3. Web Sitenize İçerik Ekleme - Metin, Görseller ve Grafikler</p> <p>1.4. Site Arka Planının Rengini Değiştirme</p> <p>1.5. Web Sitesine Navigasyon Menüsü Ekleme</p> <p>1.6. İçerik için Kutular Ekleme</p> <p>1.7. İçerik için Tablo Ekleme</p> <p>1.8. Bağlantı Ekleme</p> <p>1.9. Arama Motoru Listeleme ve Optimizasyon</p> <p>2. E-Postanın Verimli Kullanımı</p> <p>2.1. Gmail Hesabı Oluşturma</p> <p>2.2. E-posta Gönderme</p> <p>2.3. E-posta Kişilerini Yönetme</p> <p>3. Sosyal Medya Hesaplarının Oluşturulması</p> <p>3.1. Sosyal Medya Nedir?</p> <p>3.2. Facebook</p> <p>3.3. Instagram</p> <p>3.4. Twitter</p> <p>3.5. Sosyal Medya Hesaplarının Etkinliğini Artırmak</p> <p>4. Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM)</p> <p>4.1. Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) Aracı Nedir?</p> <p>4.2. CRM Kullanmanın Faydaları</p> <p>4.3. Kişileri ve Çok Kanallı Bir Kampanyayı Yönetme</p>				

### 14.3.3. Modül 3 için Yararlı Kaynaklar

<b>Bilgi Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yücel, N. - Müşteri İlişkileri Yönetimi'nde Yeni Bir Anlayış: Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi, International Journal of Social Science, Volume 6 Issue 1, p. 1641-1656, January 2013.</li> <li>• Çabuk, S., Südaş, H. D., Kaya, K. L. - Sosyal Medya Müşteri İlişkileri Yönetimi Faaliyetlerini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 28, Sayı 1, 2019, Sayfa 206-221.</li> <li>• Karadeniz, M., Gözüyükarı, M., - Sosyal CRM Uygulayan Şirketler Tarafından Sunulan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi • Cilt 11, Sayı 44, Temmuz 2015, ISSN 1300-0845, ss. 239-256.</li> <li>• Kunt, S., &amp; Hassan, A. (2021). Müşteri İlişkileri Yönetiminin Evrimi: İnsanlar, Süreç ve Teknoloji. Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Dergisi, 2(2), 91–103</li> <li>• Blokydyk, G. - Electronic Customer Relationship Management E-CRM A Complete Guide, 5STARCOOKS, 2019. ISBN-13: 978-0655547242.</li> <li>• Fjermestad J. and Robertson Jr. N. - Electronic Customer Relationship Management, 1st edition, Routledge 2016. ISBN 9781138692800.</li> <li>• MacDonald, M. - Creating a Web Site: The Missing Manual, 2<sup>nd</sup> edition, O'Reilly, 2008. ISBN: 9780596520977.</li> </ul>
<b>Web Siteleri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.inspark.com/kaynaklar/kilavuzlar/bolum-1-musteri-iliskileri-yonetimi-crm-nedir-crm-sistemi-neden-onemlidir/">https://www.inspark.com/kaynaklar/kilavuzlar/bolum-1-musteri-iliskileri-yonetimi-crm-nedir-crm-sistemi-neden-onemlidir/</a></li> <li>• <a href="https://www.uyumsoft.com/musteri-iliskileri-yonetimi-nedir">https://www.uyumsoft.com/musteri-iliskileri-yonetimi-nedir</a></li> <li>• <a href="https://www.oracle.com/tr/cx/what-is-crm/">https://www.oracle.com/tr/cx/what-is-crm/</a></li> <li>• <a href="https://bitrix24.globalnet.com.tr/musteri-iliskileri-yonetimi-crm-nedir/">https://bitrix24.globalnet.com.tr/musteri-iliskileri-yonetimi-crm-nedir/</a></li> <li>• <a href="https://unsman.com/musteri-iliskileri-yonetimi">https://unsman.com/musteri-iliskileri-yonetimi</a></li> <li>• <a href="https://kobitek.com/e-crm--elektronik-musteri-iliskileri-yonetimi--nedir">https://kobitek.com/e-crm--elektronik-musteri-iliskileri-yonetimi--nedir</a></li> <li>• <a href="http://www.wix.com/">http://www.wix.com/</a></li> <li>• <a href="https://createaprowebsite.com/">https://createaprowebsite.com/</a></li> <li>• <a href="https://www.odoo.com/">https://www.odoo.com/</a></li> <li>• <a href="https://university.duda.co/page/fundamentals-of-web-design">https://university.duda.co/page/fundamentals-of-web-design</a></li> <li>• <a href="https://www.papirfly.com/knowledge-hub/marketing/social-media">https://www.papirfly.com/knowledge-hub/marketing/social-media</a></li> <li>• <a href="https://www.usf.edu/ucm/marketing/intro-social-media.aspx">https://www.usf.edu/ucm/marketing/intro-social-media.aspx</a></li> <li>• <a href="https://courses.lumenlearning.com/boundless-marketing/chapter/introduction-to-social-media-and-digital-marketing/">https://courses.lumenlearning.com/boundless-marketing/chapter/introduction-to-social-media-and-digital-marketing/</a></li> </ul>

<b>YouTube Videoları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=YWA-xbsJrVg">https://www.youtube.com/watch?v=YWA-xbsJrVg</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=bVqIV_hkV2Y">https://www.youtube.com/watch?v=bVqIV_hkV2Y</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=3DOHT31Rrg0">https://www.youtube.com/watch?v=3DOHT31Rrg0</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=OerSO3bxZ3U">https://www.youtube.com/watch?v=OerSO3bxZ3U</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=k3jz4HJfJgE">https://www.youtube.com/watch?v=k3jz4HJfJgE</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Z2_EcYV26PY">https://www.youtube.com/watch?v=Z2_EcYV26PY</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=7OFh7bP-0RY">https://www.youtube.com/watch?v=7OFh7bP-0RY</a></li> <li>• <a href="https://pt.coursera.org/lecture/social-media-marketing-introduction/introduction-to-social-media-marketing-jjFhz">https://pt.coursera.org/lecture/social-media-marketing-introduction/introduction-to-social-media-marketing-jjFhz</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=4ImYsGTLYdw">https://www.youtube.com/watch?v=4ImYsGTLYdw</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ISMVaG-l17I">https://www.youtube.com/watch?v=ISMVaG-l17I</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=CZ_oNQ31fXs">https://www.youtube.com/watch?v=CZ_oNQ31fXs</a></li> </ul>
--------------------------	---

### 14.3.1. Modül 3 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı

Öğrenme Çıktısı - Program Çıktısı Matrisi: (1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek, 5: Çok Yüksek)

	Program Çıktısı 1 "Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar."	Program Çıktısı 2 "Dijital pazarlama içeriği geliştirir."	Program Çıktısı 3 "Sosyal medya kampanyalarını analiz eder."	Program Çıktısı 4 "Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir."	Program Çıktısı 5 "Dijital pazarlama yöntemi geliştirir."	Program Çıktısı 6 "Dijital pazarlama araçlarını kullanır."	Program Çıktısı 7 "Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular."
Web tasarımının temellerini açıklar.					2	3	
Arama motoru listelerinde mümkün olan en iyi yeri ayırt edebilir.	2			4	4	2	
Sosyal medya hesaplarının etkinliğini artırma yöntemlerini açıklar			5	5	4	3	
CRM ve faydaları hakkında tartışır.	4			5	4	4	

## 14.4. MODÜL 4 - VERİ ANALİZİ VE RAPORLAMA

### 14.4.1. Giriş

Bir yatırımcı veya hatta bir girişimci olduğunuzda, neyle uğraşacağınızı bilmelisiniz. Şirket için hedefinizi veya vizyonunuzu yedeklemek için tüm verilere sahip olmalısınız. Bu nedenle pazarlama analizi yapmanız gerekir.

Kârlılığı kontrol edersiniz. Piyasa yatırım getirisi işaretleri gösteriyorsa, yoğun yatırım yapmanız için teşvik edileceksiniz. Benzer şekilde, piyasa karlı değilse, zamanınızı ve kaynaklarınızı boşa harcamaktan çekinirsiniz.

Müşterileri anlamaya çalışıyorsunuz. Ne istediklerini bulmaya çalışıyorsunuz ve onlara tam olarak o ürün veya hizmetleri sağlamaya çalışıyorsunuz.

Gerçek rakiplerinizin kim olduğunu bulmaya çalışıyorsunuz. Ortaya çıkabilecek tüm riskleri hesapladığınızdan emin olun.

Tüm bu nedenlerle pazarlama verilerinin analizi çok önemlidir. Size dahil olmak üzere olduğunuz pazar hakkında bir fikir verir. Sadece bu değil. Pazarlama verilerinin analizi, hali hazırda piyasada çalışan kişiler için de önemlidir. Onlar için, şirketinizin nasıl yaptığına dair genel bir rapor verir. İyileştirme için ne kadar yer olduğunu gösterir.

### 14.4.2. Modül 4'ün Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği

MODÜL 4	VERİ ANALİZİ VE RAPORLAMA
<b>Hedefler ve beklenen sonuçlar</b>	<p>Pazarlama veri analizi, işletmenin pazarla ilgili mevcut tüm bilgileri alacağı ve bir pazarlama planı oluşturacağı bir tekniktir. Her tür işletme için çok hayati bir faaliyettir. Ayrıca mevcut pazarlama tekniklerinizi kullanarak pazarda ne kadar iyi iş çıkardığınızı da gösterir. Geçmişteki ilerlemeyi ve sonuçları gösterir. Pazarlama veri analizi aynı zamanda dış ve iç faktörlere de odaklanır. Şirketin güçlü ve zayıf yönlerini ve rekabet edeceğiniz pazarda nasıl bir performans sergilediklerini dikkate alır. Pazarlama veri analizi, tüm pazarlama kanallarından gelen bilgileri toplar ve bunları tek bir ortak pazarlama görünümünde birleştirir.</p> <p>Bu modülün temel amacı, pazarlama stratejisini Google Analitik raporuna göre yeniden düzenlemektir.</p>
<b>Anahtar Kelimeler</b>	Büyük veri, veri analizi, Google Analitik, dijital pazarlama
<b>Önerilen Metodolojik İpuçları</b>	<p>Bilgisayar/akıllı telefon kullanma becerisi dijital pazarlama edinimine fayda sağlayacaktır.</p> <p>İlgili web sitelerinin, sosyal medya platformlarının ve bilgi kaynaklarının araştırılması öğrenmeyi kolaylaştıracaktır.</p> <p>Uygulanacak kazanım testi ile bilgiler pekiştirilecektir.</p>

<b>Araçlar ve Kaynaklar</b>	<p>Bilgisayar/Dizüstü Bilgisayar/Tablet/Akıllı Telefon</p> <p>İnternet Bağlantısı</p> <p>Projeksiyon cihazı</p> <p>Google Chrome</p> <p>Acrobat Reader</p> <p>Video oynatıcı programlar vb.</p>
-----------------------------	---

### ÖĞRENME KAZANIMLARI

KAZANIMLAR	BİLGİ	BECERİLER	YETKİNLİKLER	SÜRE (SAAT)
Bir analitik raporundaki dijital pazarlama sonuçlarından çıkarım yapar.	<p>-Google analitik hesabının nasıl oluşturulacağını açıklar.</p> <p>-Google analitiğinin temellerini açıklar.</p> <p>-Google analitik raporlarını yorumlar.</p> <p>-Hedef kitlenin verilerinin nasıl elde edileceğini açıklar.</p>	<p>-Google Analitik'e abone olarak veri elde eder.</p> <p>-Google Analitik raporlarını yorumlar.</p>	Google Analitik raporuna göre pazarlama stratejisini yeniden değerlendirir.	3

#### Modülün İçeriği:

1. Google Analitik Temelleri ve Kullanımı
  - 1.1. Google Analitik Nasıl Çalışır?
  - 1.2. Kuruluş/Hesap/Mülk/Görünüm Kurulumu ve Yönetimi
  - 1.3. Temel Terimler ve Arayüz Tanımı
2. Hedef Kitlenin Tanınması
  - 2.1. Kitleler Raporu
  - 2.2. Demografi ve İlgili Alanları Raporlarını Etkinleştirme
  - 2.3. Kitle raporlarına genel bakış
  - 2.4. Davranış raporlarına genel bakış
  - 2.5. Örnek rapor oluşturma
3. Reklam ve İndirim Kampanya Süreçlerinin Belirlenmesi

- 3.1. Google Ads hesabı oluşturma
- 3.2. 8 Adımda başarılı bir kampanya hazırlama
- 3.3. Doğru kampanya türünü seçme

#### 14.4.3. Modül 4 için Yararlı Kaynaklar

14.4.3. Modül 4 için Yararlı Kaynaklar	
<b>Bilgi Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kızıltan, H., Gönültaş, H., 2011. Bilişim Teknolojisinin Tarım Ürünlerinin Pazarlamasındaki Konum ve Önemi (E-Pazarlama), GOÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi, 28 (1), 1-11.</li> <li>• Koçer, S., Yılmaz, A., İnternet Reklamları Yapım Süreci: Google Reklamları Üzerine Bir İnceleme, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi, Volume, Issue 13, 10 - 37, 01.03.2019. Ledford J., Teixeira J., Tyler E. M., - Google Analytics Third Edition, 2010. ISBN 978-0-470-53128-0</li> <li>• Kelsey T., Lyon B., - Introduction to Google Analytics: A Guide for Absolute Beginners, 2017. ISBN 978-1-4842-2828-9</li> <li>• Phillips-Wren, G. &amp; Hoskisson, A. (2015). An analytical journey towards big data. Journal of Decision Systems, 24(1), p. 87–102.</li> <li>• Porter, M. E., &amp; Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. Harvard Business Review, 92(11), 64-88.</li> <li>• Richardson, C. (2017). 7 Great Benefits of Big Data in Marketing, <a href="https://www.smartdatacollective.com/benefits-big-data-in-marketing/">https://www.smartdatacollective.com/benefits-big-data-in-marketing/</a> Retrieved: 31.03.2022</li> <li>• Sathi, A. (2014). Engaging customers using big data: how Marketing analytics are transforming business. Palgrave Macmillan, New York.</li> <li>• <a href="https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?pli=1#/provision">https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?pli=1#/provision</a></li> <li>• <a href="https://tr.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics">https://tr.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics</a></li> </ul>
<b>Web Siteleri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.seocu.com/analytics-nedir">https://www.seocu.com/analytics-nedir</a></li> <li>• <a href="https://www.optimisthub.com/5-basit-adimda-google-analytics-nasil-kurulur.html">https://www.optimisthub.com/5-basit-adimda-google-analytics-nasil-kurulur.html</a></li> <li>• <a href="https://www.seobil.com/google-analytics-hakkinda-hersey/">https://www.seobil.com/google-analytics-hakkinda-hersey/</a></li> <li>• <a href="https://cremicro.com/google-analytics-nedir-nasil-kullanilir/">https://cremicro.com/google-analytics-nedir-nasil-kullanilir/</a></li> <li>• <a href="https://moz.com/beginners-guide-to-google-analytics">https://moz.com/beginners-guide-to-google-analytics</a></li> <li>• <a href="https://searchbusinessanalytics.techtarget.com/definition/Google-Analytics">https://searchbusinessanalytics.techtarget.com/definition/Google-Analytics</a></li> <li>• <a href="https://www.businessnewsdaily.com/6027-how-to-use-google-analytics.html">https://www.businessnewsdaily.com/6027-how-to-use-google-analytics.html</a></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://blog.hootsuite.com/how-to-set-up-google-analytics/">https://blog.hootsuite.com/how-to-set-up-google-analytics/</a></li> <li>• <a href="https://blog.hubspot.com/marketing/google-analytics">https://blog.hubspot.com/marketing/google-analytics</a></li> <li>• <a href="https://www.topfloortech.com/blog/the-6-most-important-reports-in-google-analytics/#gref">https://www.topfloortech.com/blog/the-6-most-important-reports-in-google-analytics/#gref</a></li> <li>• <a href="https://www.shivarweb.com/2977/what-does-google-analytics-do/">https://www.shivarweb.com/2977/what-does-google-analytics-do/</a></li> <li>• <a href="https://kinsta.com/blog/how-to-use-google-analytics/">https://kinsta.com/blog/how-to-use-google-analytics/</a></li> <li>• <a href="https://pestleanalysis.com/marketing-data-analysis/">https://pestleanalysis.com/marketing-data-analysis/</a></li> </ul>
YouTube Videolari	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=W49ggT9KBS8">https://www.youtube.com/watch?v=W49ggT9KBS8</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LPCBPEZf7_c">https://www.youtube.com/watch?v=LPCBPEZf7_c</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=tpS1FEXZolE">https://www.youtube.com/watch?v=tpS1FEXZolE</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=O1_VbX_MqiY">https://www.youtube.com/watch?v=O1_VbX_MqiY</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LHCCUs09PQY">https://www.youtube.com/watch?v=LHCCUs09PQY</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LjMvgkJQwrk">https://www.youtube.com/watch?v=LjMvgkJQwrk</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=rNctgc8m_Ww">https://www.youtube.com/watch?v=rNctgc8m_Ww</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RNzhuVfBiGk">https://www.youtube.com/watch?v=RNzhuVfBiGk</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=2bnq2OW9II8">https://www.youtube.com/watch?v=2bnq2OW9II8</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=6sBsMt3vWgg">https://www.youtube.com/watch?v=6sBsMt3vWgg</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RhS85WQiBLU">https://www.youtube.com/watch?v=RhS85WQiBLU</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ryoRnqaj5Ko">https://www.youtube.com/watch?v=ryoRnqaj5Ko</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=SaaDLcC0ahM">https://www.youtube.com/watch?v=SaaDLcC0ahM</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LrjpgPcRWgY">https://www.youtube.com/watch?v=LrjpgPcRWgY</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=_pPTgnnrCpc">https://www.youtube.com/watch?v=_pPTgnnrCpc</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=u4QIVsNh2Q4">https://www.youtube.com/watch?v=u4QIVsNh2Q4</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=FVzJkB4IxEQ">https://www.youtube.com/watch?v=FVzJkB4IxEQ</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=e6ntvZDErQ4">https://www.youtube.com/watch?v=e6ntvZDErQ4</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Y7pRsuz0NzA">https://www.youtube.com/watch?v=Y7pRsuz0NzA</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=dtv2LHFD7h4">https://www.youtube.com/watch?v=dtv2LHFD7h4</a></li> </ul>



#### 14.4.1. Modül 4 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı

Öğrenme Çıktısı - Program Çıktısı Matrisi:

(1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek, 5: Çok Yüksek)

	Program Çıktısı 1 “Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar.”	Program Çıktısı 2 “Dijital pazarlama içeriği geliştirir.”	Program Çıktısı 3 “Sosyal medya kampanyalarını analiz eder.”	Program Çıktısı 4 “Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir.”	Program Çıktısı 5 “Dijital pazarlama yöntemi geliştirir.”	Program Çıktısı 6 “Dijital pazarlama araçlarını kullanır.”	Program Çıktısı 7 “Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular.”
Google Analitik hesabının nasıl oluşturulacağını açıklar.	2	2	5	4	3	1	
Google Analitiğinin temellerini açıklar.	2	2	5	4	4	1	
Google analitik raporlarını yorumlar.	2	2	5	5	5	1	
Hedef kitlenin verilerinin nasıl elde edileceğini açıklar.	2	3	5	5	5	1	

## 14.5. MODÜL 5 – DİJİTAL REKLAMLAR VE KAMPANYALAR

### 14.5.1. Giriş

Dijital reklamcılık, sosyal medya, arama motorları, web siteleri ve dijital olarak erişilebilen diğer tüm programlar gibi çevrimiçi platformlar aracılığıyla tanıtım materyalleri yayınlama sürecidir. Tüketiciler zamanlarının çoğunu internette geçirmektedir, bu nedenle dijital reklamcılık, işletmenizi doğrudan hedef kitlenizin bulunduğu yere götürmenize yardımcı olur.

Bu modülde, bir dijital reklam kampanyasının nasıl planlanacağı, çerçevesinin ve stratejisinin nasıl geliştirileceği, hedef kitlenin nasıl belirleneceği, adımların nasıl tanımlanacağı, iyi ve etkili bir dijital reklam kampanyasının nasıl sunulacağı ve etkisinin nasıl ölçüleceği öğrenilecektir.

- Dijital reklam kampanyasının tanımları, türleri ve önemi.
- İçerik planı geliştirme, çerçeve ve strateji.
- Başarılı ve etkili bir dijital reklam kampanyası sunma.

### 14.5.2. Modül 5'in Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği

MODÜL 5	DİJİTAL REKLAMLAR VE KAMPANYALAR
<b>Hedefler ve beklenen sonuçlar</b>	<p>Bu modülün temel amacı, tarımsal girişimcilerin Dijital Pazarlama alanında başarılı reklam ve kampanyaların uygulanması konusunda beceri ve yeterliliklerini geliştirmektir.</p> <p>Bu modülde, dijital reklam kampanyaları ile ilgili hedefler, uygun çerçeve ve stratejilerini geliştirmek, hedef kitleyi belirlemek, adımları tanımlamak, iyi ve etkili bir dijital reklam kampanyası sunmak ve etkisini nasıl ölçeceklerini öğrenmektir.</p> <p>Buna ek olarak, tarımsal girişimcilerin stratejik SEO hizmetleri ve ücretli reklam yönetimini kullanarak süreçlerinin verimliliğini artırmaları ve müşterilerle etkileşimlerini geliştirmeleri beklenmektedir.</p> <p>Arama motoru optimizasyonu (SEO) ve ücretli arama reklamcılığının uzun vadeli iş performansı için köklü faydalar sunması ve kanıtlanmış stratejiler olması beklenmektedir. Ayrıca tarımsal ürün satışları, toptan ürün satışları, ihracat/ithalat işleri ve ürün e-ticaretine de iyi hizmet vermektedirler.</p>
<b>Anahtar Kelimeler</b>	Dijital pazarlama, Dijital reklamlar ve kampanyalar, sosyal medya, web sayfaları, Arama Motoru Optimizasyonu (SEO), Ücretli Arama Ağı Reklamcılığı
<b>Önerilen Metodolojik İpuçları</b>	<p>Bilgisayar/akıllı telefon kullanımı dijital pazarlama edinimine fayda sağlayacaktır.</p> <p>İlgili web sitelerinin, sosyal medya platformlarının ve bilgi kaynaklarının araştırılması öğrenmeyi kolaylaştıracaktır.</p> <p>Uygulanacak kazanım testi ile bilgiler pekiştirilecektir.</p>

<b>Araçlar ve Kaynaklar</b>	Bilgisayar/Dizüstü Bilgisayar/Tablet/Akıllı Telefon İnternet Bağlantısı Projeksiyon cihazı Acrobat Reader Video oynatıcı programlar vb.
-----------------------------	---

## ÖĞRENME KAZANIMLARI

KAZANIMLAR	BİLGİ	BECERİLER	YETKİNLİKLER	SÜRE (SAAT)
Kendi dijital reklam stratejisini oluşturur.	-Dijital reklamların önemini açıklar. -Dijital reklam türlerini tanımlar. -Dijital reklamlar için doğru dijital kanalları belirler. -Dijital reklamlar ve kampanyalar için hedef kitleyi belirler. -Dijital kampanyaların faydalarını açıklar. -Kampanyalar sırasında oluşabilecek sorunları tartışır.	-Başarılı bir dijital reklam kampanyası hazırlayabilir. -Etkili bir dijital reklam kampanyası sunabilir.	Etkili bir dijital reklam kampanyası düzenler.	4

### Modülün İçeriği:

#### 1. Tarımsal Pazarlama

- 1.1. Tanım ve Temel Bilgiler
- 1.2. Tarımsal Pazarlamanın Dijitalleşmesi
- 1.3. Dijitalleşmenin Avantajları
- 1.4. Tarımsal Ticaret İçin Dijital Pazarlama Potansiyeli

#### 2. Dijital Reklamlar ve Kampanyalar Nedir?

- 2.1. Dijital Reklam ve Kampanyaların Tanımı
- 2.2. Dijital Reklam ve Kampanyaların Önemi ve Avantajları
- 2.3. Dijital Reklam ve Kampanya Türleri

#### 3. Dijital Pazarlama Geliştirme Stratejisi Çerçevesi



3.1. Dijital Pazarlama Geliştirme Stratejisinin Temel Başlıkları

3.2. Dijital Pazarlama Stratejisi Geliştirme ve Yönetmeyle İlgili Zorluklar

4. Etkili Dijital Reklamlar ve Kampanyalar Sunmanın Adımları

4.1. Birinci taraf verilerinin etkinleştirilmesi

4.2. Reklam harcamalarının optimizasyonu

4.3. Verilerin büyütülmesi

### 14.5.3. Modül 5 için Yararlı Kaynaklar

14.5.3. Modül 5 için Yararlı Kaynaklar	
<b>Bilgi Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digital Marketing for Agriculture Sectors</li> <li>• What Is Digital Advertising? (Your Digital Ad Handbook) (webfx.com)</li> <li>• What Is Digital Advertising? (Your Digital Ad Handbook) (sparcmedia.com)</li> <li>• 6 Best Benefits of Digital Marketing (&amp; Online Advertising) (webfx.com)</li> <li>• What Makes A Digital Marketing Campaign Successful? - Business 2 Community</li> <li>• 5 Key Tips to Creating a Successful Advertising Campaign (academyart.edu)</li> <li>• Essential Roles for a Successful Digital Marketing Team   Outbrain</li> <li>• Deliver Successful Digital Advertising Campaigns Unit   Salesforce</li> </ul>
<b>Web Siteleri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 Best Digital Marketing Campaigns To Inspire You In 2021 - Mediatool</li> <li>• Top 7 Best Marketing Campaigns [2022 Edition] (simplilearn.com)</li> <li>• Digital Advertising Strategy – The Ultimate Guide to Digital Marketing   DigitalMarketer</li> <li>• What Makes an Ad Campaign a Success? - BrandOnWheelz</li> <li>• 9 Characteristics of An Effective Advertising Campaign (marketingeyatlanta.com)</li> <li>• What Can Make A PPC Advertising Campaign Successful? - O3 Digital</li> <li>• How to Measure Digital Advertising Campaign Effectiveness (postclick.com)</li> <li>• How to Create a Successful Digital Marketing Campaign Strategy (exposureinja.com)</li> <li>• 6 Best Online Advertising Strategies for Businesses in 2021 (webfx.com)</li> <li>• Best Digital Marketing Agency Ad Campaigns For Your Inspiration (digitalagencynetwork.com)</li> </ul>
<b>YouTube Videoları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Top 30 Best Digital Marketing Campaigns 2021 - YouTube</li> <li>• Farm Marketer - Digital Advertising Campaigns - YouTube</li> <li>• 2020 Mayer Farm Equipment Ad Campaign - YouTube</li> <li>• How to Do Digital Marketing for Agriculture in 2021? - YouTube</li> <li>• SEO For Beginners: A Basic Search Engine Optimization Tutorial for Higher Google Rankings - YouTube</li> <li>• Core Concepts of Paid Search Marketing - John Gagnon - YouTube</li> <li>• Building Brand - The Power of Social Media: Daryl D'Souza at TEDxRyersonU - YouTube</li> </ul>

### 14.5.1. Modül 5 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı

Öğrenme Çıktısı - Program Çıktısı Matrisi:

(1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek, 5: Çok Yüksek)

	Program Çıktısı 1 “Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar.”	Program Çıktısı 2 “Dijital pazarlama içeriği geliştirir.”	Program Çıktısı 3 “Sosyal medya kampanyalarını analiz eder.”	Program Çıktısı 4 “Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir.”	Program Çıktısı 5 “Dijital pazarlama yöntemi geliştirir.”	Program Çıktısı 6 “Dijital pazarlama araçlarını kullanır.”	Program Çıktısı 7 “Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular.”
Dijital reklamların önemini açıklayabilir.	2	2	5	3	2	4	
Dijital reklam türlerini tanımlayabilir.	1	2	5	3	4	4	
Dijital reklamlar için doğru dijital kanalları belirleyebilir.	1	2	5	4	5	5	
Dijital reklamlar ve kampanyalar için hedef kitleyi belirleyebilir.	1	4	5	4	5	5	
Dijital kampanyaların faydalarını açıklayabilir.	1	4	5	3	5	4	
Kampanyalar sırasında oluşabilecek sorunları tartışabilir.	1	4	5	3	5	4	

## 14.6. MODÜL 6 - PAZARYERİ VE E-TİCARET

### 14.6.1. Giriş

E-ticaret, tarım girişimcilerinin giderek aracılığa tabi olan bir pazarda kendilerini var etmeleri için bir fırsattır. Böylece verimsizlikler azalır, yeni pazarlara erişim artar ve değer zincirine şeffaflık katar.

Alicılar ve satıcılar çok daha yakın ve daha kolay bağlantı kurduğundan, internet küresel tedarik zincirinde daha fazla görünürlük sağlamıştır. Günümüzde, ürünlerin satın alınmasına yönelik çoğu müşteri hareketi, arama motorları, sosyal medya önerileri, çevrimiçi incelemeler veya dijital reklamlar aracılığıyla çevrimiçi olarak başlamaktadır. Tarım sektörü ise e-ticaretin henüz önemli bir etkiye sahip olmadığı birkaç sektörden biridir.

Modül, öğrencilerin pazaryeri ve e-ticaret alanında temel yeterlilikleri ve bilgileri edinmelerini hedeflemektedir. Kurslar, öğrencilerin mevcut platformlar ve çevrimiçi teklifler hakkında genel bir bakış açısına sahip olmalarını sağlayacaktır.

Çevrimiçi ödemeler ve lojistik prosedürleri ile birlikte, mevcut platformların farklı türleri ve özellikleri, avantajları ve dezavantajları gösterilecektir.

### 14.6.2. Modül 6'nın Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği

MODÜL 6	PAZARYERİ VE E-TİCARET
<b>Hedefler ve beklenen sonuçlar</b>	<p>Bu modülün temel amacı, tarımsal girişimcilerin pazar yeri ve e-ticaret konusundaki beceri ve yetkinliklerini geliştirmektir.</p> <p>Modül, geleneksel "çevrimdışı" iletişim ve satış kanallarını kullanan üreticileri eşzamanlı çevrimiçi seçenekler konusunda eğitmeyi amaçlamaktadır.</p> <p>Sektöre ilişkin temel bilgiler, hedef grubun kendilerini yönlendirmelerini ve iş ve üretim bağlamlarının yanı sıra hedef pazarlarına en uygun olasılıkları değerlendirmelerini sağlayacaktır.</p> <p>Modülün sonunda, öğrenci mevcut faaliyetlerine uygulanan mevcut platformlar üzerinde temel bir pazar yeri stratejisi geliştirebilecektir.</p>
<b>Anahtar Kelimeler</b>	Pazar yeri; e-ticaret; platformlar, ödemeler; lojistik
<b>Önerilen Metodolojik İpuçları</b>	Öğrenme süreci, pratik ve güncel vaka çalışmalarının analizi ile desteklenen kendi kendine çalışmaya dayanacaktır. Bu, daha pratik yetkinliklerin kazanılmasını sağlayacaktır.
<b>Araçlar ve Kaynaklar</b>	<p>Bilgisayar/Dizüstü Bilgisayar/Tablet/Akıllı Telefon</p> <p>İnternet Bağlantısı</p> <p>Projeksiyon cihazı</p> <p>Acrobat Reader</p> <p>Video oynatıcı programlar vb.</p>

## ÖĞRENME KAZANIMLARI

KAZANIMLAR	BİLGİ	BECERİLER	YETKİNLİKLER	SÜRE (SAAT)
E-Ticaret süreci için yol haritasını tanımlar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-E-ticaret platformlarını ve özelliklerini tanımlar.</li> <li>-E-ticaretteki en yeni trendleri açıklar.</li> <li>-E-ticaretin yasal gerekliliklerini özetler.</li> <li>-E-Ticaret'te ödeme yöntemlerini ve lojistiği açıklar.</li> <li>-Bir pazaryeri sitesinden satış yapmak için gerekli prosedürleri açıklar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pazar yeri sitesinde bir satıcı hesabı oluşturur.</li> <li>-Pazar yeri sitelerinin farklılıklarını irdeler.</li> <li>-Farklı satış modellerini ve süreçlerini karşılaştırır.</li> </ul>	Pazaryeri sürecini mevcut faaliyetlerine uygulayabilir.	4

### Modülün İçeriği:

1. Pazar Yeri ve E-Ticaret Platformlarına Giriş
  - 1.1. Çevrimiçi Pazar yeri
  - 1.2. Pazar Yeri ve E-Ticaret Arasındaki Farklar
  - 1.3. Tanım, türler, özellikler
2. E-Ticaret
  - 2.1. E-Ticaretin Tanımı
  - 2.2. E-ticaret Modelleri
  - 2.3. Başlıca E-Ticaret Platformları ve Özellikleri
  - 2.4. Avrupa Birliği'nde Yasal Gereklilikler
3. E-Ticaret Stratejisi
  - 3.1. Bir E-Ticaret Nasıl Başlatılır?
  - 3.2. E-Ticaretin Temel Unsurları
4. Çevrimiçi Ödemeler
  - 4.1. Yöntemler ve Araçlar
5. Eğilimler (Trendler)



### 14.6.3. Modül 6 için Yararlı Kaynaklar

14.6.3. Modül 6 için Yararlı Kaynaklar	
<b>Bilgi Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analysis of e-Commerce Characteristics Based on Edge Algorithm and COX Model</li> <li>• E-commerce: Wikiversity</li> <li>• 16 Chapter 16: E-Business and E-Commerce: The Difference</li> <li>• 112 Trends in E-Commerce</li> <li>• Ecommerce Marketing Strategies and Online Shop Services</li> <li>• Electronic commerce: the strategic perspective</li> <li>• E-commerce strategy – Qin Z. ; Chang Y.</li> <li>• Strategy for Information Markets/e-Commerce</li> <li>• Using Online Payment Services</li> <li>• A Study on Various Methods of Payment in Online Transaction</li> </ul>
<b>Web Siteleri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E commerce: definitions, examples, benefits, disadvantages</li> <li>• 10 differences between Marketplace and E-commerce you should know (kreezalid.com)</li> <li>• Ecommerce vs Marketplace - Own Website or Selling Platform? What is better?   ASPER BROTHERS</li> <li>• What is e-commerce? Examples, Benefits, Stats, Strategies (the-future-of-commerce.com)</li> <li>• What Is Ecommerce? Beginners Guide for 2021 (oberlo.com)</li> <li>• Ecommerce Definition - What is Ecommerce (shopify.com)</li> <li>• All About E-Commerce: Pros and Cons of E-Commerce</li> <li>• 20 ecommerce advantages and disadvantages you need to know</li> <li>• 19 major advantages and disadvantages of ecommerce over traditional retail</li> <li>• The eCommerce Process — How eCommerce Works and How You Can Do It Too</li> <li>• The 3 most important processes for ecommerce success</li> <li>• E-commerce planning process</li> <li>• 10 Best Ecommerce Platforms Compared &amp; Rated For 2022 (ecommerceceo.com)</li> <li>• E-commerce – payment and logistic process</li> <li>• Modern Ecommerce Logistics: How 2-Day Shipping Became Possible (shipbob.com)</li> <li>• Ecommerce payment processing: Everything you should know (magenest.com)</li> <li>• Ecommerce Payment Processing 101 (2021) (bigcommerce.com)</li> <li>• Beginners' guide to eCommerce payment processing</li> <li>• How to start e-commerce</li> <li>• How to Start an E-Commerce Business: A Step-by-Step Guide</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• How to Start an Ecommerce Business: Guide for 2022 - Shopify</li> <li>• How To Start an Ecommerce Business From Scratch - 2022 [Free Guide] (ecommerceceo.com)</li> <li>• 9 eCommerce Case Studies to Inspire You in 2021   Bloomreach</li> <li>• 7 Best eCommerce Case Studies to Learn From in 2021</li> <li>• 7 E-Commerce Case Studies Every Marketer Can Learn From</li> <li>• The Best Ecommerce Case Studies (63+ Success Examples) (referralcandy.com)</li> </ul>
<p><b>YouTube Videoları</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• What is the marketplace? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LDkRqZtSk6E&amp;ab_channel=MBNVideos">https://www.youtube.com/watch?v=LDkRqZtSk6E&amp;ab_channel=MBNVideos</a></li> <li>• What is an Ecommerce Marketplace? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=DkU6tnOeJ-E&amp;ab_channel=webnexs">https://www.youtube.com/watch?v=DkU6tnOeJ-E&amp;ab_channel=webnexs</a></li> <li>• What is eCommerce? - YouTube</li> <li>• How online marketplaces can help local economies, not hurt them   Amane Dannouni</li> <li>• Innovation in a crowded marketplace   John Devlin   TEDxTysons</li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=hE001FQYDDs&amp;ab_channel=TEDxTalks">https://www.youtube.com/watch?v=hE001FQYDDs&amp;ab_channel=TEDxTalks</a></li> <li>• Best e-commerce platforms 2021</li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=EMCb8A5_D2o&amp;ab_channel=SantrrelMedia">https://www.youtube.com/watch?v=EMCb8A5_D2o&amp;ab_channel=SantrrelMedia</a></li> <li>• The future of shopping: what's in store?   The Economist</li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ad-GuV6YIMI&amp;ab_channel=TheEconomist">https://www.youtube.com/watch?v=ad-GuV6YIMI&amp;ab_channel=TheEconomist</a></li> <li>• eCommerce Marketing Strategies - 12 Killer Tips   Marketing 360</li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=7HgGiCK33ow&amp;ab_channel=Marketing360">https://www.youtube.com/watch?v=7HgGiCK33ow&amp;ab_channel=Marketing360</a></li> <li>• Top 10 Ecommerce Marketing Tips (100% PROVEN)</li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=3DdJ1JynG8M&amp;ab_channel=FoundrMagazine-Entrepreneur%26BusinessMagazine">https://www.youtube.com/watch?v=3DdJ1JynG8M&amp;ab_channel=FoundrMagazine-Entrepreneur%26BusinessMagazine</a></li> <li>• Understanding online payments</li> <li>• 7 Online Payment Trends to Watch for in Ecommerce   The Journey</li> <li>• Online Marketplaces vs Ecommerce Platforms - What is the Difference?</li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=9C4Gc3AFQJ4&amp;ab_channel=EcommerceGold">https://www.youtube.com/watch?v=9C4Gc3AFQJ4&amp;ab_channel=EcommerceGold</a></li> <li>• 10 Best Payment Gateways</li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=K3KwXRuQCil&amp;ab_channel=BrennanValeski">https://www.youtube.com/watch?v=K3KwXRuQCil&amp;ab_channel=BrennanValeski</a></li> <li>• Jeff Bezos: 3 Top Tips for Success in Ecommerce <a href="https://www.youtube.com/watch?v=5XoQQprgyFg&amp;ab_channel=JungleScout">https://www.youtube.com/watch?v=5XoQQprgyFg&amp;ab_channel=JungleScout</a></li> <li>• E-commerce for agriculture – Samoa</li> <li>• E commerce in agriculture- 7 Tips to Grow Sales in Food and AgriBusiness</li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ZL_c-mVZvk8&amp;ab_channel=ManmathBiradar">https://www.youtube.com/watch?v=ZL_c-mVZvk8&amp;ab_channel=ManmathBiradar</a></li> </ul>

#### 14.6.4. Modül 6 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı

Öğrenme Çıktısı - Program Çıktısı Matrisi:

(1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek, 5: Çok Yüksek)

	Program Çıktısı 1 “Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar.”	Program Çıktısı 2 “Dijital pazarlama içeriği geliştirir.”	Program Çıktısı 3 “Sosyal medya kampanyalarını analiz eder.”	Program Çıktısı 4 “Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir.”	Program Çıktısı 5 “Dijital pazarlama yöntemi geliştirir.”	Program Çıktısı 6 “Dijital pazarlama araçlarını kullanır.”	Program Çıktısı 7 “Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular.”
E- ticaret platformlarını ve özelliklerini tanımlar.	2	3		5	4	5	
E-ticaretteki en yeni trendleri açıklar.	2	3		2	5	5	
e-ticaretin yasal gerekliliklerini özetler.					3	3	3
E-Ticaret'te ödeme yöntemlerini ve lojistiği açıklar.	1				4	4	4
Bir pazaryerinden satış yapmak için gerekli prosedürleri açıklar	1				4	5	3



## 14.7. MODÜL 7 - TARIMSAL İŞ BİRLİĞİ

### 14.7.1. Giriş

Günümüzde tarımda örgütlenme konusu, tarımın ülke ekonomisindeki öneminin farkında olan gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerde önemli bir çalışma alanıdır. Tarımda, standartlara uygun verimlilik kalitesini artıracak modern teknoloji uygulamalarının geliştirilmesi için iş birliğine ihtiyaç duyulmaktadır. İşletmelerin oluşturduğu tarım sektörü; ürettikleri ürünleri değerlendirecek pazarlama olanaklarından yoksun oldukları, ürünlerini ulusal ve uluslararası pazarlarda satmada etkin olamadıkları için örgütlenmeye ihtiyaç duyulmaktadır. Dijital Pazarlama, bugün ve gelecek için tarımda yeni bir fırsattır. Tarımsal iş birliğinin aşağıdaki konuları kapsar:

- Dijital Pazarlamada iş birliği ve birlikte hareket etmek nedir?
- İş birliği Yapmanın Faydaları Nelerdir?
- Tarımsal Dijital Pazarlama İş Birliği Türleri
- Dijital Pazarlamada İşbirliğine İlişkin Yasal Düzenlemeler

### 14.7.2. Modül 7'nin Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği

MODÜL 7	TARIMSAL İŞ BİRLİĞİ
<b>Hedefler ve beklenen sonuçlar</b>	Günümüzde tarımda örgütlenme konusu, tarımın ülke ekonomisindeki öneminin farkında olan gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerde önemli bir çalışma alanıdır. Tarımda, standartlara uygun verimlilik kalitesini artıracak modern teknoloji uygulamalarının geliştirilmesi için iş birliğine ihtiyaç duyulmaktadır. İşletmelerin oluşturduğu tarım sektörü; ürettikleri ürünleri değerlendirecek pazarlama olanaklarından yoksun oldukları, ürünlerini ulusal ve uluslararası pazarlarda satmada etkin olamadıkları için örgütlenmeye ihtiyaç duyulmaktadır. Dijital Pazarlama, bugün ve gelecek için tarımda yeni bir fırsattır.
<b>Anahtar Kelimeler</b>	İş birliği, Tarımsal İş birliği, Tarımsal İşletme
<b>Önerilen Metodolojik İpuçları</b>	Bilgisayar/akıllı telefon kullanma becerisi dijital pazarlama edinimine fayda sağlayacaktır. İlgili web sitelerinin, sosyal medya platformlarının ve bilgi kaynaklarının araştırılması öğrenmeyi kolaylaştıracaktır. Uygulanacak kazanım testi ile bilgiler pekiştirilecektir.
<b>Araçlar ve Kaynaklar</b>	Bilgisayar/Dizüstü Bilgisayar/Tablet/Akıllı Telefon İnternet Bağlantısı Projeksiyon cihazı Acrobat Reader Video oynatıcı programlar vb.

<b>ÖĞRENME KAZANIMLARI</b>				
<b>KAZANIMLAR</b>	<b>BİLGİ</b>	<b>BECERİLER</b>	<b>YETKİNLİKLER</b>	<b>SÜRE (SAAT)</b>
Dijital pazarlama için işbirlikçi eylemler oluşturur veya iş birliklerinde yer alır.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Dijital pazarlamada iş birliğini tanımlar.</li> <li>-İşbirliğinin temel ilkelerinin açıklar.</li> <li>-İşbirliğinin faydalarını irdeler.</li> <li>-Etkili ve verimli iş birliğinin ne olduğunu özetler.</li> <li>-Örgütler yoluyla dijital pazarlamanın imkanlarını gözlemler.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dijital pazarlama için gruplar oluşturur.</li> <li>-Dijital pazarlama için benzer tarımsal faaliyetlerde bulunan kişilerle iş birliği içinde çalışır.</li> </ul>	Dijital pazarlama için diğer girişimciler ile birlikte bir iş birliği geliştirebilir.	3
<p><b>Modülün İçeriği:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dijital Pazarlamada İş Birliği Nedir?             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Dijital Pazarlamada Tarımsal İş Birliği Türleri</li> </ol> </li> <li>2. Dijital Pazarlamada İş Birliğinin Faydaları             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Çiftçilere Ürünleri ile Dijital Ortamda Yer Alma Fırsatı Verilmesi</li> <li>2.2. Pazarlık Gücü</li> <li>2.3. Maliyetlerin Azaltılması</li> <li>2.4. Kurum ve Kuruluşlar Tarafından Desteklenme</li> <li>2.5. Tüketici Tarafından Talep Edilen Ürün ve Üretim Yönteminin Yönlendirilmesi</li> <li>2.6. Bilgi Alışverişinin Kolaylaştırılması ve Sosyal İlişkilerin Geliştirilmesi</li> <li>2.7. Tüketim Tercihlerinde Üreticiyi/Kooperatifleri Destekleyen Müşteri Varlığı</li> <li>2.8. Üretimin Sürdürülebilirliğine Hizmet Etme</li> <li>2.9. Ürün Görünürlüğünün Artırılması</li> </ol> </li> <li>3. Dijital Pazarlamada Tarımsal İş Birliğinde İyi Uygulamalar             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Lavanta Kokulu Köy - Kadın Kooperatifi</li> <li>3.2. S.S. Sarıgöl Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi (SARKOOP)</li> <li>3.3. “Doğal ve Sağlıklı Ürünler Anadolu’dan Sofranıza” Facebook Grubu</li> <li>3.4. Çiftçi Pazarı Kooperatifi</li> </ol> </li> </ol>				

### 14.7.3. Modül 7 için Yararlı Kaynaklar

Bilgi Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.researchgate.net/profile/Zacharoula_Andreopoulou/publication/308898959_Women_Cooperatives_in_the_Digital_era_as_an_Opportunity_for_Successful_Entrepreneurship/links/57f602d008ae280dd0b93751">https://www.researchgate.net/profile/Zacharoula_Andreopoulou/publication/308898959_Women_Cooperatives_in_the_Digital_era_as_an_Opportunity_for_Successful_Entrepreneurship/links/57f602d008ae280dd0b93751</a></li> <li>• <a href="https://www.researchgate.net/profile/GroziDelchev/publication/323615568_Stability_Valuation_of_Some_Mixtures_between_Stimulators_and_Antibroadleaved_Herbicides_for_the_Grain_Yield_of_Durum_Wheat/links/5aa01b15a6fdcc22e2cd6086/Stability-Valuation-of-Some-Mixtures-between-Stimulators-and-Antibroadleaved-Herbicides-for-the-Grain-Yield-of-Durum-Wheat.pdf#page=831">https://www.researchgate.net/profile/GroziDelchev/publication/323615568_Stability_Valuation_of_Some_Mixtures_between_Stimulators_and_Antibroadleaved_Herbicides_for_the_Grain_Yield_of_Durum_Wheat/links/5aa01b15a6fdcc22e2cd6086/Stability-Valuation-of-Some-Mixtures-between-Stimulators-and-Antibroadleaved-Herbicides-for-the-Grain-Yield-of-Durum-Wheat.pdf#page=831</a></li> <li>• <a href="https://www.fftc.org.tw/htmlarea_file/library/20110726094659/eb579.pdf">https://www.fftc.org.tw/htmlarea_file/library/20110726094659/eb579.pdf</a></li> <li>• <a href="file:///C:/Users/Administrator.DESKTOP-5BU68GL/Downloads/25857200.pdf">file:///C:/Users/Administrator.DESKTOP-5BU68GL/Downloads/25857200.pdf</a></li> <li>• Community-supported agriculture in the United States: Social, ecological, and economic benefits to farming, <a href="https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/joac.12280">https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/joac.12280</a></li> <li>• Sustainability as business strategy in community supported agriculture: Social, environmental and economic benefits for producers and consumers, <a href="https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BJFJ-03-2018-0207/full/html?skipTracking=true&amp;utm_source=TrendMD&amp;utm_medium=cpc&amp;utm_campaign=British_Food_Journal_TrendMD_0&amp;WT.mc_id=Emerald_TrendMD_0">https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BJFJ-03-2018-0207/full/html?skipTracking=true&amp;utm_source=TrendMD&amp;utm_medium=cpc&amp;utm_campaign=British_Food_Journal_TrendMD_0&amp;WT.mc_id=Emerald_TrendMD_0</a></li> </ul>
Web Siteleri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Agribusiness">https://en.wikipedia.org/wiki/Agribusiness</a></li> <li>• <a href="https://www.fao.org/policy-support/policy-themes/sustainable-agribusiness-food-value-chains/en/">https://www.fao.org/policy-support/policy-themes/sustainable-agribusiness-food-value-chains/en/</a></li> <li>• <a href="https://www.investopedia.com/terms/a/agribusiness.asp">https://www.investopedia.com/terms/a/agribusiness.asp</a></li> <li>• <a href="http://www.takbi.com">http://www.takbi.com</a></li> <li>• <a href="https://tobb.org.tr/Sayfalar/20210716-HepsiTurkiye.html">https://tobb.org.tr/Sayfalar/20210716-HepsiTurkiye.html</a></li> <li>• <a href="https://medium.com/platformkoop/kooperatif%C3%A7ilikte-i%C7%9C%87yi-%C3%B6rnekler-yerel-kalk%C4%B1nmada-preston-ve-i%C7%9C%87zmir-modeli-9915dcb89e0c">https://medium.com/platformkoop/kooperatif%C3%A7ilikte-i%C7%9C%87yi-%C3%B6rnekler-yerel-kalk%C4%B1nmada-preston-ve-i%C7%9C%87zmir-modeli-9915dcb89e0c</a></li> <li>• <a href="https://medium.com/platformkoop/kooperatifler-ile-birlikte-de%C4%9Fer-%C3%BCretmek-7255430d0108">https://medium.com/platformkoop/kooperatifler-ile-birlikte-de%C4%9Fer-%C3%BCretmek-7255430d0108</a></li> <li>• <a href="http://www.platformkoop.org/">http://www.platformkoop.org/</a></li> <li>• <a href="https://torku.com.tr/en">https://torku.com.tr/en</a></li> <li>• <a href="https://gidatopluluklari.org/">https://gidatopluluklari.org/</a></li> <li>• <a href="https://www.ekoharita.org/projeler/toplulukdesteklitirim/">https://www.ekoharita.org/projeler/toplulukdesteklitirim/</a></li> <li>• <a href="https://www.cngfarming.org/">https://www.cngfarming.org/</a></li> <li>• <a href="https://www.guneskoy.org.tr/">https://www.guneskoy.org.tr/</a></li> <li>• <a href="https://www.openfoodnetwork.org/">https://www.openfoodnetwork.org/</a></li> <li>• <a href="https://www.acikgida.com/">https://www.acikgida.com/</a></li> </ul>



YouTube Videoları	<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=0_OygF1RCFw">https://www.youtube.com/watch?v=0_OygF1RCFw</a></li><li>• <a href="https://youtu.be/DChZsUDZ-s4?list=PLzp5NgJ2-dK6rvL0nelyknuTmM-3QKwBh">https://youtu.be/DChZsUDZ-s4?list=PLzp5NgJ2-dK6rvL0nelyknuTmM-3QKwBh</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ShoD-FOIMUY">https://www.youtube.com/watch?v=ShoD-FOIMUY</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=_UulgefyYvY">https://www.youtube.com/watch?v=_UulgefyYvY</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=iLkNZsDXLpw">https://www.youtube.com/watch?v=iLkNZsDXLpw</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=wZaumnlt29k">https://www.youtube.com/watch?v=wZaumnlt29k</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=wZaumnlt29k">https://www.youtube.com/watch?v=wZaumnlt29k</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=tQ5jADa0DAs">https://www.youtube.com/watch?v=tQ5jADa0DAs</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=TTf_VXparLY">https://www.youtube.com/watch?v=TTf_VXparLY</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=TTf_VXparLY">https://www.youtube.com/watch?v=TTf_VXparLY</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LSQqqWHwDNO">https://www.youtube.com/watch?v=LSQqqWHwDNO</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=oPzyYFsfTI">https://www.youtube.com/watch?v=oPzyYFsfTI</a></li><li>• <a href="https://tobb.org.tr/Sayfalar/20210716-HepsiTurkiye.html">https://tobb.org.tr/Sayfalar/20210716-HepsiTurkiye.html</a></li><li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=lgo_gP_vQVY">https://www.youtube.com/watch?v=lgo_gP_vQVY</a></li><li>• <a href="https://youtu.be/n7dDi-Ojezo">https://youtu.be/n7dDi-Ojezo</a></li></ul>
-------------------	---



#### 14.7.4. Modül 7 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı

Öğrenme Çıktısı - Program Çıktısı Matrisi:

(1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek, 5: Çok Yüksek)

	Program Çıktısı 1 “Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar.”	Program Çıktısı 2 “Dijital pazarlama içeriği geliştirir.”	Program Çıktısı 3 “Sosyal medya kampanyalarını analiz eder.”	Program Çıktısı 4 “Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir.”	Program Çıktısı 5 “Dijital pazarlama yöntemi geliştirir.”	Program Çıktısı 6 “Dijital pazarlama araçlarını kullanır.”	Program Çıktısı 7 “Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular.”
Dijital pazarlamada iş birliğini tanımlar.	2	2			4	4	
İşbirliğinin temel ilkelerini açıklar.	2	2			4	4	
İşbirliğinin faydalarını tartışır.	2	2			4	4	
Etkili ve verimli bir iş birliğinin ne olduğunu özetler.	2	2			4	4	
Örgütlenme yoluyla Dijital Pazarlama olanaklarını gözden geçirir.	2	2			4	4	3
Dijital pazarlamada iş birliğini tanımlayın	2	2			4	4	4



## 14.8. MODÜL 8 - KİŞİSEL BİLGİ GÜVENLİĞİ

### 14.8.1. Giriş

Bilgi, içinde yaşadığımız çağa adını vermiş ve günümüz dünyasının en büyük gücü olarak tanımlanmaktadır. Herkes bilginin gücüne sahip olmak istiyor. Ancak bu gücün yasa dışı işler için kullanımı her geçen gün artmaktadır. Bu nedenle bireylerin, kurumların ve ülkelerin siber güvenliğe özel önem vermesi gerekiyor. Günümüzde çevrimiçi olarak yapabileceklerinizin neredeyse sınırı yok. İnternet bilgiye hızlı bir şekilde ulaşmayı, dünya çapında iletişim kurmayı ve çok daha fazlasını mümkün kılıyor. Ne yazık ki dünyada artan internet kullanımı birçok kolaylığı beraberinde getirirken kişisel verilerin korunması da daha önemli hale geldi. Kötü amaçlı yazılım, spam ve kimlik avı gibi risklerin yanı sıra sosyal medya paylaşımları da güvenlik açıkları yaratabiliyor. Çevrimiçi ortamda güvende kalmak istiyorsanız, bu riskleri anlamanız ve bunlardan nasıl kaçınacağınızı öğrenmeniz gerekir. Bu bağlamda ünitenin genel amacı, katılımcıların Bilgi Güvenliği konusundaki yetkinliklerini artırmaktır. Kişisel Siber Güvenlik ünitesi şu konulardan oluşmaktadır;

- Siber güvenlik tanımları ve önemi
- Sosyal medya güvenliği
- Kablosuz güvenlik
- Tehditler ve güvenlik açıkları
- Parola güvenliği

### 14.8.2. Modül 8'in Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği

MODÜL 8	KİŞİSEL BİLGİ GÜVENLİĞİ
<b>Hedefler ve beklenen sonuçlar</b>	<p>Günümüzde bireyler veya kurumlar bilgilerini bulut depolama gibi e- ortamlarda tutmakta, ayrıca bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak verileri işlemektedir. Sadece işle ilgili veriler değil, kişisel veriler de BİT cihazları aracılığıyla internet ağında işlenmektedir. Kurumlar tarafından sunulan her e-hizmet, sağladığı kolaylıkların yanı sıra bazı güvenlik sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Sosyal ağlar, halka açık internet erişim noktaları güvenlik açısından ciddi riskler oluşturmaktadır.</p> <p>Ancak bu durum, kişisel bilgilerin sahiplerinin rızası olmaksızın ilgisiz ve yetkisiz kişilerin eline geçmesi, kişisel bilgi sahibini rahatsız edecek veya zarar verecek şekilde hukuka aykırı olarak kullanılması ve kişisel gizliliğin ihlal edilmesi riskini de beraberinde getirmektedir.</p> <p>Bu modülün temel amacı, tarımsal girişimcilerin kişisel siber güvenlik konusundaki beceri ve yeterliliklerini geliştirmektir. Bu bağlamda sosyal medya güvenliği, kablosuz güvenlik, şifre güvenliği, tehditler ve güvenlik açıkları ana konulardır.</p>
<b>Anahtar Kelimeler</b>	Sosyal medya güvenliği, Kablosuz güvenlik, tehditler ve güvenlik açıkları, Parola güvenliği

<b>Önerilen Metodolojik İpuçları</b>	<p>Bilgisayar/akıllı telefon kullanma becerisi dijital pazarlama edinimine fayda sağlayacaktır.</p> <p>İlgili web sitelerinin, sosyal medya platformlarının ve bilgi kaynaklarının araştırılması öğrenmeyi kolaylaştıracaktır.</p> <p>Uygulanacak kazanım testi ile bilgiler pekiştirilecektir.</p>			
<b>Araçlar ve Kaynaklar</b>	<p>Bilgisayar/Dizüstü Bilgisayar/Tablet/Akıllı Telefon</p> <p>İnternet Bağlantısı</p> <p>Projeksiyon cihazı</p> <p>Acrobat Reader</p> <p>Video oynatıcı programlar vb.</p>			
<b>ÖĞRENME KAZANIMLARI</b>				
<b>KAZANIMLAR</b>	<b>BİLGİ</b>	<b>BECERİLER</b>	<b>YETKİNLİKLER</b>	<b>SÜRE (SAAT)</b>
<p>Bilgi güvenliğini sağlamak için gerekli önlemleri alır.</p>	<p>-Bilgi güvenliğinin önemini açıklar.</p> <p>-Gizlilik ve güvenliği ihlal edebilecek sosyal medya paylaşımlarını ayırt eder.</p> <p>- Kamuya açık kablosuz ağların güvenliğini tartışır.</p> <p>-Tehditleri ve güvenlik açıklarını ana hatlarıyla belirtir.</p> <p>-Güçlü bir parolanın özelliklerini tanımlar.</p>	<p>-Sosyal medya sitelerinin güvenlik ve gizlilik ayarlarını yapılandırır.</p> <p>-Spam, kimlik avı veya başka bir saldırı türünü ayırt eder.</p> <p>-Güçlü parolaların özelliklerini uygular.</p>	<p>-Çevrimiçi hizmetlerde kişisel veri koruma stratejilerini uygular.</p>	<p>4</p>
<p><b>Modülün İçeriği:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kişisel Bilgi Güvenliği Neden Önemlidir?</li> <li>2. Bilgi Güvenliğinin Üç Temel unsuru</li> <li>3. Sosyal Medya Güvenliği</li> </ol>				

3.1. Facebook Güvenlik Ayarları

3.2. Instagram Güvenlik Ayarları

4. Kablosuz Ağ Güvenliği

5. Riskler, Tehditler ve Güvenlik Açıkları

5.1. Kötücül Yazılımlar-Malware

5.2. İstenmeyen E-postalar (Spam) & Oltalama (Phishing)

6. Şifre Güvenliği

### 14.8.3. Modül 8 için Yararlı Kaynaklar

14.8.3. Modül 8 için Yararlı Kaynaklar	
<b>Bilgi Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.coursera.org/lecture/information-security-data/what-is-information-security-1qTtP">https://www.coursera.org/lecture/information-security-data/what-is-information-security-1qTtP</a></li> <li>• <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Information_security">https://en.wikipedia.org/wiki/Information_security</a></li> <li>• <a href="https://www.futurelearn.com/courses/introduction-to-cyber-security">https://www.futurelearn.com/courses/introduction-to-cyber-security</a></li> <li>• <a href="https://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/information-security/content-section-0?intro=1">https://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/information-security/content-section-0?intro=1</a></li> <li>• <a href="https://www.reed.co.uk/courses/level-2-certificate-in-cyber-security/337876#/courses/free/cyber-security">https://www.reed.co.uk/courses/level-2-certificate-in-cyber-security/337876#/courses/free/cyber-security</a></li> <li>• <a href="https://elearning.iaea.org/m2/course/index.php?categoryid=104">https://elearning.iaea.org/m2/course/index.php?categoryid=104</a></li> <li>• <a href="https://agora.unicef.org/course/info.php?id=12037">https://agora.unicef.org/course/info.php?id=12037</a></li> </ul>
<b>Web Siteleri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Information_security">https://en.wikipedia.org/wiki/Information_security</a></li> <li>• <a href="https://www.cisco.com/c/en/us/products/security/what-is-information-security-infosec.html">https://www.cisco.com/c/en/us/products/security/what-is-information-security-infosec.html</a></li> <li>• <a href="https://www.imperva.com/learn/data-security/information-security-infosec/">https://www.imperva.com/learn/data-security/information-security-infosec/</a></li> <li>• <a href="https://www.itgovernance.co.uk/what-is-cybersecurity">https://www.itgovernance.co.uk/what-is-cybersecurity</a></li> <li>• <a href="https://www.ibm.com/topics/cybersecurity">https://www.ibm.com/topics/cybersecurity</a></li> <li>• <a href="https://www.cyber.gov.au/">https://www.cyber.gov.au/</a></li> <li>• <a href="https://ecs-org.eu/">https://ecs-org.eu/</a></li> <li>• <a href="https://whatyouneedtoknow.co.uk/showreel/">https://whatyouneedtoknow.co.uk/showreel/</a></li> </ul>
<b>YouTube Videoları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=7L9JerWIT3Y">https://www.youtube.com/watch?v=7L9JerWIT3Y</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=eUxUUarTRW4">https://www.youtube.com/watch?v=eUxUUarTRW4</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=klJu-KR-jcs">https://www.youtube.com/watch?v=klJu-KR-jcs</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=inWWhr5tnEA">https://www.youtube.com/watch?v=inWWhr5tnEA</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=-Z3pp14oUiA">https://www.youtube.com/watch?v=-Z3pp14oUiA</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=n8mbzU0X2nQ">https://www.youtube.com/watch?v=n8mbzU0X2nQ</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=jlylqjOlqzY">https://www.youtube.com/watch?v=jlylqjOlqzY</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Zbqo7MGVElw">https://www.youtube.com/watch?v=Zbqo7MGVElw</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f8iG8i2XiY8">https://www.youtube.com/watch?v=f8iG8i2XiY8</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=L1imjki03BQ">https://www.youtube.com/watch?v=L1imjki03BQ</a></li> </ul>

#### 14.8.4. Modül 8 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı

Öğrenme Çıktısı - Program Çıktısı Matrisi:

(1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek, 5: Çok Yüksek)

	Program Çıktısı 1 “Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar.”	Program Çıktısı 2 “Dijital pazarlama içeriği geliştirir.”	Program Çıktısı 3 “Sosyal medya kampanyalarını analiz eder.”	Program Çıktısı 4 “Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir.”	Program Çıktısı 5 “Dijital pazarlama yöntemi geliştirir.”	Program Çıktısı 6 “Dijital pazarlama araçlarını kullanır.”	Program Çıktısı 7 “Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular.”
Bilgi güvenliğinin önemini açıklar	2					3	5
Gizlilik ve güvenliği ihlal edebilecek sosyal medya paylaşımlarını ayırt eder.	2					3	5
Kamuya açık kablosuz ağların güvenliğini tartışır.	2					3	5
Tehditleri ve güvenlik açıklarını ana hatlarıyla belirtir.	2			3	3	3	5
Güçlü bir parolanın özelliklerini tanımlar.	2			3	3	3	5





## 14.9. MODÜL 9- DİJİTAL PAZARLAMADA GİZLİLİK VE GÜVENLİK

### 14.9.1. Giriş

Küresel olarak, dijital teknolojilerin yaşamın her alanını etkilediği bir süreçten geçiyoruz. Bu sürecin olumsuzluklarından biri siber saldırılardır. Siber saldırı, küçük ya da büyük her işletme için öngörülemez zararlar verebilir. Hatta küçük işletmeler için daha yıkıcı etkileri vardır. Çünkü küçük işletmeler siber saldırıdan sonra iyileşmekte zorlanır.

Dijital pazarlamada "GİZLİLİK VE GÜVENLİK" konusu, her türlü girişimci (sosyal girişimci, tarımsal girişimci vb.) için önem kazanmaktadır. Dijital pazarlama yöntemlerini kullanarak işlerini genişletmeye çalışanlar (iş tanımlarında olmasa bile), dijital pazarlama yapan veya yapmak isteyen her girişimci bu konuda dikkatli olmak zorundadır. Dijital pazarlamada ortaya çıkacak güvenlik açığı yalnızca işletmenin verilerini riske atmakla kalmaz, aynı zamanda bu işletmeyle çalışan tüm müşterileri ve çözüm ortaklarını da etkiler.

İşletmelerde siber güvenlik konusunun girişimcinin sorumluluğunda olmadığı, BT ekibinin bununla ilgilenmesi gerektiği düşünülebilir. Ancak dijital pazarlamayı hedefleyen her girişimci, markanın veya şirketin gizliliğini ve verilerini korumaktan da sorumludur. Bu nedenle dijital güvenlik ve gizlilik sadece pazarlama personelinin değil yöneticilerin de sorumluluğundadır.

Pazarlama tekniklerini kullanarak geniş kitlelere ulaşmaya çalışan girişimciler, siber saldırganlar için zengin bir hedef haline geldi. İşletmenin pazarlama yaptığı sayfadan güvenli olmayan, kötü amaçlı bir yazılımı paylaştığınızda oluşabilecek hasarlar tüm müşterilerinizi etkileyecektir.

İşletmelerin dijital pazarlamada herhangi bir güvenlik açığı vermemesi için sağlam bir güvenlik stratejisi oluşturmaları ve bunu pazarlama stratejilerine dahil etmeleri gerekmektedir. Gelecekte artacağı düşünülen siber saldırılara karşı her zaman hazırlıklı olmak gereklidir.

### 14.9.2. Modül 9'un Amaçları, Öğrenme Çıktıları ve İçeriği

MODÜL 9	DİJİTAL PAZARLAMADA GİZLİLİK VE GÜVENLİK
<b>Hedefler ve beklenen sonuçlar</b>	<p>Bu modülün temel amacı, girişimci adaylarına dijital pazarlama faaliyetlerinde siber saldırılara karşı güvenlik ve gizlilik stratejisinin önemini fark ettirmek, böyle bir saldırı sonucu ortaya çıkabilecek sorunları tanıtmak ve dijital pazarlamanın sağlıklı yürütülmesi için izlenmesi gereken adımları kavratmaktır.</p> <p>Günümüzde dijital pazarlama tekniklerini kullanmak işletmeler için vazgeçilmez bir pazarlama yöntemi. Ancak dijitalleşme beraberinde bazı sorunları da getiriyor. Bunlardan ilki siber saldırılar. İşletme sahipleri (girişimciler veya girişimci adayları) bu olasılıkları göz önünde bulundurmalı ve dijital pazarlama tekniklerini kullanmalıdır. İşletmecilerin dijital sistemlerini güncel tutmaları ve olası güvenlik açıklarına karşı önlem almaları son derece önemlidir. Bu eğitimler girişimciye farklı bir bakış açısı kazandırmak için verilmektedir. Girişimciler tüm önyargılardan arınmış bir şekilde eğitime tam katılım sağlamalıdır.</p> <p>Yaklaşık 5 saat sürecek eğitimlerde interaktif bir anlayış sürdürülmelidir. Eğitimcilerin ve girişimcilerin iş deneyimlerinden örnekler verilmesi, dijital pazarlamada iyi ya da kötü örneklerin paylaşılması eğitimi daha faydalı hale getirecektir.</p> <p>Bu eğitimi verecek eğitimcilerin girişimcilerin geçmiş girişimleri ile ilgili hikayelerini öğrenmeleri, özellikle dijital pazarlamada yaşadıkları sorunları tespit etmeleri önemlidir. Eğitimin başında ve sonunda katılımcıların eğitimden</p>

	<p>yararlanma düzeyleri değerlendirme çalışmaları ile ölçülmelidir. Ayrıca eğitimciler mümkün olduğunca uygulama odaklı eğitim vermelidir. Eğitime katılacak girişimciler varsa daha önceki dijital pazarlama faaliyetleri hakkında eğitimi bilgilendirmelidir. Girişimciler teorik kavramların iş hayatındaki yansımalarını örnekler üzerinden anlamaya çalışmalıdır.</p>			
<b>Anahtar Kelimeler</b>	güvenlik açığı, dijital pazarlama, sosyal medya pazarlaması, gizlilik ve güvenlik			
<b>Önerilen Metodolojik İpuçları</b>	<p>Eğitim sırasında uygulamalı örnekler verilmesi eğitimin kalitesini artıracaktır. Teorik konuların anlaşılmasını kolaylaştırmak için soru-cevap, beyin fırtınası ve projelendirme teknikleri kullanılmalıdır.</p> <p>Katılımcıların kalıcı öğrenmelerini pekiştirmek amacıyla grup çalışmalarına ağırlık verilebilir.</p> <p>Bilgisayar/akıllı telefon kullanım becerisi dijital pazarlama edinimine fayda sağlayacaktır.</p> <p>İlgili web sitelerinin, sosyal medya platformlarının ve bilgi kaynaklarının araştırılması öğrenmeyi kolaylaştıracaktır.</p> <p>Uygulanacak kazanım testleri ile bilgiler pekiştirilecektir.</p>			
<b>Araçlar ve Kaynaklar</b>	<p>Bilgisayar/Dizüstü Bilgisayar/Tablet/Akıllı Telefon</p> <p>İnternet Bağlantısı</p> <p>Projeksiyon cihazı</p> <p>Google Chrome</p> <p>Acrobat Reader</p> <p>Video oynatıcı programlar vb.</p>			
<b>ÖĞRENME KAZANIMLARI</b>				
KAZANIMLAR	BİLGİ	BECERİLER	YETKİNLİKLER	SÜRE (SAAT)
Dijital pazarlama faaliyetlerinde güvenliği sağlar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dijital pazarlamada güvenlik ve gizliliğin önemini tanımlar</li> <li>-Dijital pazarlamayı etkileyen güvenlik açıklarını belirler,</li> <li>-İşletmenin ve müşterilerinin gizli kalması gereken bilgilerini fark eder.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pazarlamayı engelleyen her türlü güvenlik açığını tanır.</li> <li>-Gelecekteki güvenlik açıkları için pazarlama sistemini güncel tutar.</li> </ul>	-Çevrimiçi hizmetlerde e-ticaret güvenlik stratejilerini uygular.	5

## **Modülün İçeriği:**

### **1. Dijital Pazarlamada Gizlilik ve Güvenliğin Önemi**

#### **1.1. Tanımlar**

#### **1.2. Dijital Pazarlamada Gizlilik ve Güvenlik Neden Önemlidir?**

### **2. Dijital Pazarlamayı Etkileyen Güvenlik ve Gizlilik Açıkları**

#### **2.1. Hangi Araçlar Dijital Pazarlamada Güvenlik ve Gizlilik Boşlukları Yaratır?**

#### **2.2. Kişisel Verilerin Toplanması ve Korunması**

#### **2.3. Kredi Kartı Güvenliği**

#### **2.4. Mail Order Kredi Kartı Bilgi Güvenliği**

#### **2.5. Üçüncü Taraf Web Siteleri ve Uygulamaları**

#### **2.6. E-Posta Güvenliği**

#### **2.7. Sosyal Medya Güvenliği**

#### **2.8. Tarayıcı Çerezleri**

### 14.9.3. Modül 9 için Yararlı Kaynaklar

14.9.3. Modül 9 için Yararlı Kaynaklar	
<b>Bilgi Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.varonis.com/blog/data-breach-statistics">https://www.varonis.com/blog/data-breach-statistics</a></li> <li>• <a href="https://www.researchgate.net/publication/343996688_Exploring_Cybersecurity_Threats_in_Digital_Marketing">https://www.researchgate.net/publication/343996688_Exploring_Cybersecurity_Threats_in_Digital_Marketing</a></li> <li>• <a href="https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/940/1/012065">https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/940/1/012065</a></li> <li>• <a href="https://www.ejmcm.com/article_1505_57afb6807136e8f18c9a30f183a73179.pdf">https://www.ejmcm.com/article_1505_57afb6807136e8f18c9a30f183a73179.pdf</a></li> <li>• <a href="https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/940/1/012065/pdf">https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/940/1/012065/pdf</a></li> <li>• <a href="https://hrcak.srce.hr/file/370332">https://hrcak.srce.hr/file/370332</a></li> <li>• <a href="https://rockcontent.com/blog/digital-marketing-and-privacy/">https://rockcontent.com/blog/digital-marketing-and-privacy/</a></li> <li>• <a href="https://bilgiguvende.com/category/guvenlik-onerileri/">https://bilgiguvende.com/category/guvenlik-onerileri/</a></li> <li>• <a href="https://lorentlabs.com/dijital-pazarlama-sirketinizi-siber-saldirilardan-korumak-icin-4-ipucu/">https://lorentlabs.com/dijital-pazarlama-sirketinizi-siber-saldirilardan-korumak-icin-4-ipucu/</a></li> <li>• <a href="https://info.varonis.com/hubfs/docs/research_reports/2021-Financial-Data-Risk-Report.pdf?hsLang=en">https://info.varonis.com/hubfs/docs/research_reports/2021-Financial-Data-Risk-Report.pdf?hsLang=en</a></li> </ul>
<b>Web Siteleri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.marketingtr.net/tr">https://www.marketingtr.net/tr</a></li> <li>• <a href="https://bigdata-madesimple.com/">https://bigdata-madesimple.com/</a></li> <li>• <a href="https://lorentlabs.com/">https://lorentlabs.com/</a></li> <li>• <a href="https://www.softwareone.com/tr-tr/">https://www.softwareone.com/tr-tr/</a></li> <li>• <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_security">https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_security</a></li> <li>• <a href="https://www.simplilearn.com/what-is-digital-security-article">https://www.simplilearn.com/what-is-digital-security-article</a></li> <li>• <a href="https://safeonline.ng/fundamentals/an-overview-of-digital-security-the-need-and-dangers/">https://safeonline.ng/fundamentals/an-overview-of-digital-security-the-need-and-dangers/</a></li> <li>• <a href="https://referralrock.com/blog/cybersecurity-threats-for-digital-marketers/">https://referralrock.com/blog/cybersecurity-threats-for-digital-marketers/</a></li> </ul>
<b>YouTube Videoları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=bixR-KIJKYM">https://www.youtube.com/watch?v=bixR-KIJKYM</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=l2pwcAVonKI">https://www.youtube.com/watch?v=l2pwcAVonKI</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=3BEUQOX9IBo">https://www.youtube.com/watch?v=3BEUQOX9IBo</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=peFcjxwPF2w">https://www.youtube.com/watch?v=peFcjxwPF2w</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=GY3AzTI9tXo">https://www.youtube.com/watch?v=GY3AzTI9tXo</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=xSuYOpWX3io">https://www.youtube.com/watch?v=xSuYOpWX3io</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=H_gh-mc3Dac">https://www.youtube.com/watch?v=H_gh-mc3Dac</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LLp3AcT-7U8">https://www.youtube.com/watch?v=LLp3AcT-7U8</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f_2evV6Fa-s">https://www.youtube.com/watch?v=f_2evV6Fa-s</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=gJIN_n16H3c">https://www.youtube.com/watch?v=gJIN_n16H3c</a></li> </ul>

#### 14.9.4. Modül 9 Öğrenme Çıktılarının Program Çıktılarına Katkısı

Öğrenme Çıktısı - Program Çıktısı Matrisi:

(1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek, 5: Çok Yüksek)

	Program Çıktısı 1 “Değişen dünyada dijital pazarlamanın önemini yorumlar.”	Program Çıktısı 2 “Dijital pazarlama içeriği geliştirir.”	Program Çıktısı 3 “Sosyal medya kampanyalarını analiz eder.”	Program Çıktısı 4 “Dijital pazarlamada müşteri ilişkilerini yönetir.”	Program Çıktısı 5 “Dijital pazarlama yöntemi geliştirir.”	Program Çıktısı 6 “Dijital pazarlama araçlarını kullanır.”	Program Çıktısı 7 “Sanal ortamlarda dijital güvenlik ilkelerini uygular.”
Dijital pazarlamada güvenlik ve gizliliğin önemini tanıır.	2				3	4	5
Dijital pazarlamayı etkileyen güvenlik açıklarını tanımlar.	2				3	4	5
İşletmenin ve müşterilerinin gizli bilgilerini tanımlar.	2				3	4	5



## 15.EĞİTMENLER İÇİN E-PLATFORM KILAVUZU

"Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" Kursu- <https://digiagrimark.net>, Moodle platformuna dayalı bir Öğrenme Yönetim Sistemi üzerine kurulmuştur.

Moodle, eğitimcilerin her zaman, her yerde öğrenmeyi genişleten dinamik kurslarla dolu kendi özel web sitelerini oluşturmalarına olanak tanıyan ücretsiz, çevrimiçi bir Öğrenme Yönetim sistemidir.

Dünya çapında 100 milyondan fazla kullanıcısı ile dünyanın en yaygın kullanılan açık kaynaklı Öğrenme Yönetim Sistemidir.

Moodle Platformunun öne çıkan özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Moodle açık kaynaklı bir sistemdir.
- Dünya çapında kendini kanıtlamış ve güvenilir bir platformdur.
- Hem öğretimi hem de öğrenimi desteklemek için tasarlanmıştır. Kullanımı kolaydır.
- Her zaman güncel ve geliştirilme aşamasındadır.
- Tüm dünyada çalışan geliştiriciler, öğretmenler ve tasarımcılardan oluşan en büyük topluluk desteğine sahiptir.
- Çok iyi dokümantasyona ve forum desteğine sahiptir.
- Esnek ve özelleştirilebilirdir.
- Platform 100'den fazla dilde desteğe sahiptir.

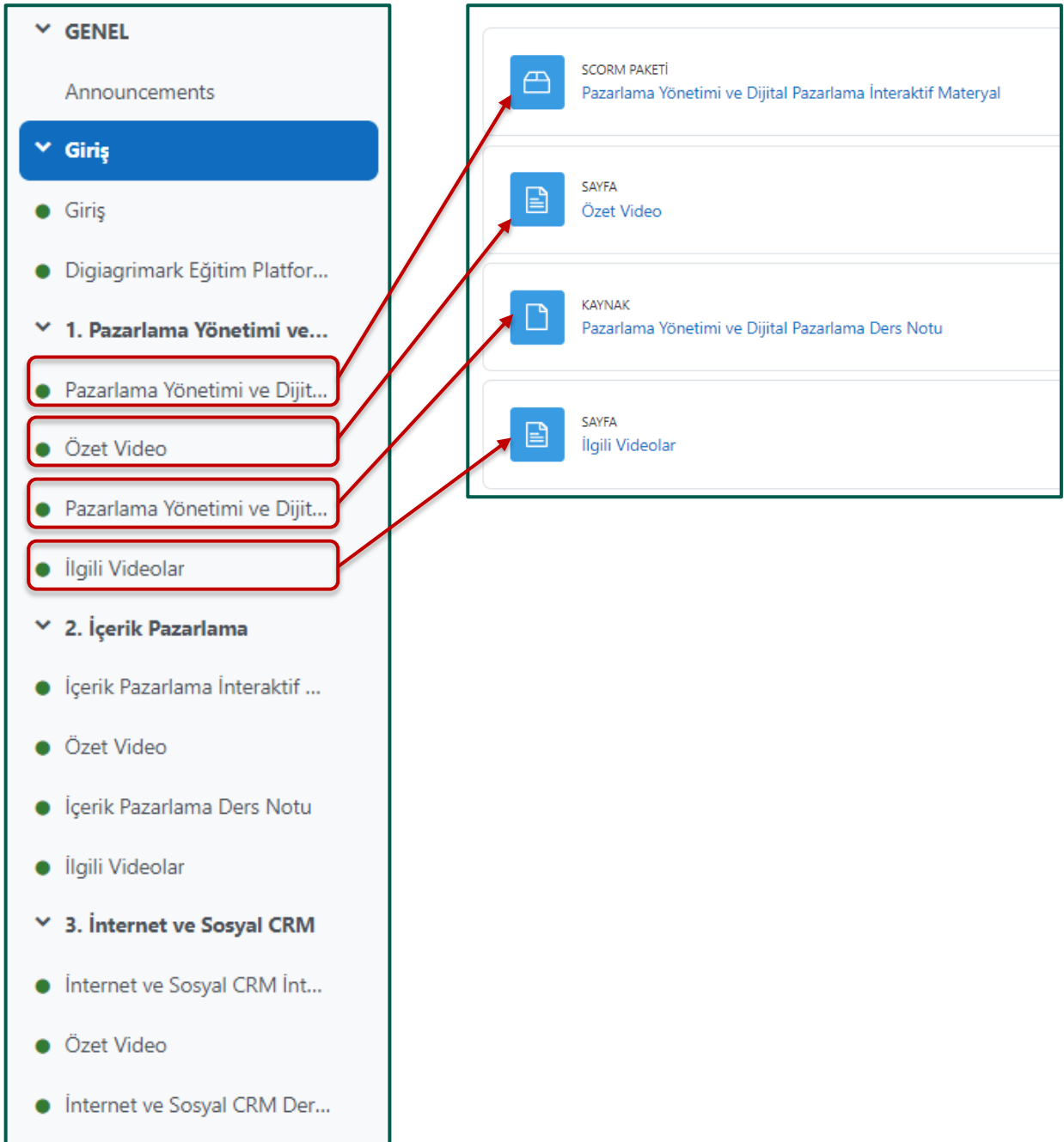
Digiagrimark Eğitim Platformunda "Tarımsal Girişimciler için Güvenli Dijital Pazarlama" müfredatına uygun olarak geliştirilmiş dokuz modül yer almaktadır:

1. Pazarlama Yönetimi & Dijital Pazarlama
2. İçerik Pazarlaması
3. İnternet ve Sosyal CRM
4. Veri Analizi ve Raporlama
5. Dijital Reklamlar ve Kampanyalar
6. Pazaryeri ve E-Ticaret
7. Tarımsal İş Birliği
8. Kişisel Siber Güvenlik
9. Dijital Pazarlamada Gizlilik ve Güvenlik

## 15.1. KURS YAPISI

E-öğrenme platformuna <https://digiagrimark.net/> adresinden “Giriş Yap” butonunu kullanarak kaydolabilirsiniz. Kaydınızı yaptıktan sonra eğitmen olarak sisteme tanımlanabilmeniz için [digiagrimark@gmail.com](mailto:digiagrimark@gmail.com) mail adresine bilgilerinizi (Ad, soyad, eğitim durumu, e-posta adresi ve telefon numaranız) göndermeniz gerekmektedir. Sistem yöneticisi tarafından yetkilendirildiğinizde tarafınıza e-posta yoluyla bilgi verilecektir.

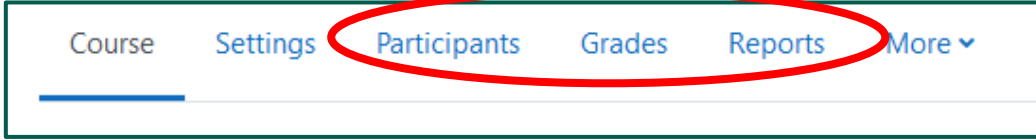
E-öğrenme platformuna giriş yaptığınızda sol tarafta gördüğünüz indeks bölümünü kullanarak modüller arasında gezinebilirsiniz. Her bir modülün üzerine tıkladığınızda o modül hakkında detaylı bilgiye ulaşabilirsiniz. Her modülde modül içeriği ile ilgili interaktif bir materyal (Scorm Paketi), özetleyici video (sayfa), pdf formatında ders notları (dosya) ve video kaynakları (sayfa) bulunmaktadır. İçerikleri görüntülemek için ilgili materyalin üzerine tıklamanız yeterlidir.





## 15.2. ÖĞRENCİ RAPORLARI

Aşağıda gördüğünüz ekran görüntüsü öğrencilerinizin raporlarına erişmenize yardımcı olacaktır.



Katılımcılar sekmesi ile kursa kayıtlı öğrencilerin listesini görebilir ve kursa en son ne zaman katıldıklarına dair bilgilere erişebilirsiniz.

<input type="checkbox"/>	FA	<b>FETHİ ATALAR</b>	fexartdesign@gmail.com	Student	No groups	76 days 21 hours	Active	i	⚙️
<input type="checkbox"/>	iA	<b>ismail AYYILDIZ</b>	ayyildiz4545@hotmail.com	Student	No groups	55 days 19 hours	Active	i	⚙️
<input type="checkbox"/>	RB	<b>Rukiye Baran</b>	203512048@stu.adu.edu.tr	Student	No groups	57 days 15 hours	Active	i	⚙️
<input type="checkbox"/>	MB	<b>Mehmet Bilen</b>	projearge09@gmail.com	Student	No groups	79 days 12 hours	Active	i	⚙️
<input type="checkbox"/>	Vb	<b>Vale br</b>	valentinabrilli9@gmail.com	Student	No groups	97 days 16 hours	Active	i	⚙️

Notlar sekmesi ile her öğrencinin her modül için erişim bilgilerine erişebilirsiniz. Not analizi butonu bu bilgilere erişim sağlar.

Module 9. Privacy and Sec...	Introduction	Certificate Exam	Course total
-Q	-Q	-Q	-
-Q	-Q	-Q	-
-Q	-Q	-Q	-
-Q	-Q	-Q	-
-Q	-Q	-Q	-
-Q	-Q	-Q	-
-Q	-Q	-Q	-
-Q	-Q	-Q	-

Raporlar sekmesi altında faaliyet raporları seçeneği ile her bir modüle erişim oranlarını, faaliyet tamamlama seçeneği ile öğrencilerin tamamladıkları ya da yarım bıraktıkları faaliyetleri inceleyebilirsiniz.

<b>1. Management and digital marketing</b>		
Modul 1. Management and Digital Marketing Interactive Material	99 views by 15 users	-
Summarizing Video	36 views by 15 users	-
Management and Digital Marketing Lecture Note	33 views by 13 users	-
Related Videos	24 views by 10 users	-

<b>FETHİ ATALAR</b>	fexartdesign@gmail.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>ismail AYYILDIZ</b>	ayyildiz4545@hotmail.com	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Rukiye Baran</b>	203512048@stu.adu.edu.tr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Mehmet Bilen</b>	projearge09@gmail.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## 16.KAYNAKÇA

1. Baeza---Yates, R., Ribeiro---Neto, B. Modern Information Retrieval. 2ª ed. Addison---Wesley, 2011 (cap. 11. Web Retrieval).
2. De Vries, L., Gensler, S., & Leeflang, P. S. (2012). Popularity of brand posts on brand fan pages: an investigation of the effects of social media marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 26(2), 83---91.
3. Godes, D., & Mayzlin, D. (2009). Firm---created word---of---mouth communication: Evidence from a field test. *Marketing Science*, 28(4), 721---739.
4. Goh, K. Y., Heng, C. S., & Lin, Z. (2013). Social media brand community and consumer behavior: Quantifying the relative impact of user---and marketer---generated content. *Information Systems Research*, 24(1), 88---107.
5. Kumar, V., Bhaskaran, V., Mirchandani, R., & Shah, M. (2013). Creating a measurable social media marketing strategy for hokey pokey: Increasing the value and ROI of intangibles and tangibles. *Marketing Science. Articles in Advance*, pp. 1---19.
6. Zhang, M., Jansen, B. J., & Chowdhury, A. (2011). Business engagement on Twitter: a path analysis. *Electronic Markets*, 21(3), 161---175.
7. <https://www.cyberclick.es/marketing/marketing-online-o-marketing-digital-que-es>
8. [https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/futuro-del-marketing/transformacion-digital/qu%C3%A9-es-el-marketing-digital-o-marketing-online/?gclid=Cj0KCCQiAO-6ABhDMARIsAFVdQv-8qDa8V-XOwRd7HRoQAO1VCr8jDWEN950zXXU-PnWPTjDShOONjeQaAqtgEALw\\_wcB](https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/futuro-del-marketing/transformacion-digital/qu%C3%A9-es-el-marketing-digital-o-marketing-online/?gclid=Cj0KCCQiAO-6ABhDMARIsAFVdQv-8qDa8V-XOwRd7HRoQAO1VCr8jDWEN950zXXU-PnWPTjDShOONjeQaAqtgEALw_wcB)
9. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>
10. <https://www.waremarketing.com/es/blog/paso-a-paso-estructura-de-un-plan-de-marketing-digital.html>
11. <https://www.iebschool.com/blog/plan-de-marketing-digital/#:~:text=Un%20plan%20de%20Marketing%20Digital%20consiste%20en%20un%20documento%20donde,puedan%20conseguir%20los%20objetivos%20marcados>
12. <https://www.cyberclick.es/marketing/plan-de-marketing>
13. [https://escuela.marketingandweb.es/curso-marketing-digital-acceso-videos/?utm\\_source=ActiveCampaign&utm\\_medium=email&utm\\_content=Bienvenido+al+Curso+de+Marketing+Digital&utm\\_campaign=Bienvenida+Curso+Marketing+Digital](https://escuela.marketingandweb.es/curso-marketing-digital-acceso-videos/?utm_source=ActiveCampaign&utm_medium=email&utm_content=Bienvenido+al+Curso+de+Marketing+Digital&utm_campaign=Bienvenida+Curso+Marketing+Digital)
14. Anonymous. Content marketing. Retrieved on 11 December 2021 [https://en.wikipedia.org/wiki/Content\\_marketing#Digital\\_content\\_marketing](https://en.wikipedia.org/wiki/Content_marketing#Digital_content_marketing)
15. Aušra Pažėraitė, Rūta Repovienė. 2018. Content Marketing Decisions for Effective Internal Communication. Retrieved on 11 December 2021. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=692079>
16. Pulizzi, Joe. 2016. The History of Content Marketing. Retrieved on 11 December 2021. <https://contentmarketinginstitute.com/2016/07/history-content-marketing/>
17. Anonymous. What Is Content Marketing? Retrieved on 13. December 2021. <https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>
18. Steimle Josh. 2014. What Is Content Marketing? Retrieved on 13 December 2021. <https://www.forbes.com/sites/joshsteimle/2014/09/19/what-is-content-marketing/?sh=7cf0846510b9>



19. Anonymous. What is content marketing? Retrieved on 13 December 2021.  
<https://www.marketo.com/content-marketing/>
20. <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?pli=1#/provision>
21. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Google\\_Analytics](https://tr.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics)
22. <https://www.umassmed.edu/globalassets/it/web-services/google-analytics/google-analytics-user-guide.pdf>
23. <https://core.ac.uk/download/pdf/38048194.pdf>
24. Taneja, Girish and Vij, Sandeep, Dynamics of a Digital Advertising Campaign (January 5, 2019). Proceedings of 10th International Conference on Digital Strategies for Organizational Success, Available at <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3308035>
25. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662913/IPOL\\_STU\(2021\)662913\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662913/IPOL_STU(2021)662913_EN.pdf)
26. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.463.7725&rep=rep1&type=pdf>
27. <https://publications.iom.int/system/files/pdf/online-evaluation-report.pdf>
28. <https://unmetric.com/resources/ultimate-social-media-campaigns-guide>
29. [https://en.wikipedia.org/wiki/Online\\_marketplace](https://en.wikipedia.org/wiki/Online_marketplace)
30. <https://www.facebook.com/business/m/marketplace-ecommerce>
31. <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/ecommerce-vs-online-marketplace>
32. [https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstictinf2020d2\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstictinf2020d2_en.pdf)
33. [https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/9598\\_book\\_item\\_9598.pdf](https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/9598_book_item_9598.pdf)
34. <https://www.deloittedigital.com/content/dam/deloittedigital/us/documents/offerings/offering-20210625-seizing-next-era-commerce.pdf>
35. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.201.2889&rep=rep1&type=pdf>
36. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/csr.1448>
37. <https://ideas.repec.org/a/wly/corsem/v25y2018i2p182-193.html>
38. <https://ageconsearch.umn.edu/record/14662/>
39. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---coop/documents/instructionalmaterial/wcms\\_644684.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/instructionalmaterial/wcms_644684.pdf)
40. <https://ageconsearch.umn.edu/record/14657/>
41. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1574-0862.2000.tb00273.x>
42. <https://www.jstor.org/stable/1242402>
43. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-7679.00093>
44. [https://www.researchgate.net/publication/324957574\\_Study\\_of\\_cooperation\\_in\\_agribusiness\\_as\\_a\\_socio-economic\\_phenomenon](https://www.researchgate.net/publication/324957574_Study_of_cooperation_in_agribusiness_as_a_socio-economic_phenomenon)
45. <https://www.guvenliweb.org.tr/>
46. [https://www.nisc.go.jp/security-site/campaign/files/aj-sec/handbook-all\\_eng.pdf](https://www.nisc.go.jp/security-site/campaign/files/aj-sec/handbook-all_eng.pdf)
47. [https://www.mha.gov.in/sites/default/files/Documents\\_InformationSecurity\\_25062019.pdf](https://www.mha.gov.in/sites/default/files/Documents_InformationSecurity_25062019.pdf)
48. <https://www.facebook.com/safety>
49. <https://help.twitter.com/tr/safety-and-security>

50. <https://help.instagram.com/285881641526716>
51. <https://www.kaspersky.com.tr/resource-center/preemptive-safety/public-wifi>
52. <https://www.kaspersky.com.tr/resource-center/preemptive-safety/public-wifi-risks>
53. <https://www.eset.com/tr/trojan-horse/>
54. <https://bidb.hacettepe.edu.tr/tr/spam>
55. <https://www.eset.com/tr/trojan-horse/>
56. <https://www.verizon.com/business/resources/reports/dbir/>
57. Benefits And Challenges: For Marketing Strategies On-Line Maryam I.Y. Suleiman<sup>1</sup>, Dr. Norhilmi Bin Muhammad<sup>2</sup>, Ibrahim Suleiman Yahaya<sup>3</sup>, Dr. Magaji Abubakar Adamu<sup>4</sup>, Amina Usman Sabo<sup>5</sup>, European Journal of Molecular & Clinical Medicine ISSN 2515-8260 Volume 07, Issue 03, 2020
58. Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages, SS Vevela and A I, Faculty of Management, Technical University of Sofia, 8 Kliment Ohridski Blvd., Sofia, Bulgaria Tsvetanova, Conf. Series: Materials Science and Engineering 940 (2020) 012065
59. (An Assessment of the Turkish Draft Law on Protection of Personal Data in Light of the EU Data Protection Directive, Nurullah Tekinç
60. The Concept of Privacy and Personal Data in Digital Life: Analysis of Perceptions of Students' at Hacettepe University Department of Information Management, Şahika EROĞLU, Hacettepe University Journal of Faculty of Letters Cilt/Volume: 35 Sayı/Number:2 Aralık/December 2018
61. Dijital Ortamda Kişisel Veri Güvenliği ve Sosyal Medya Reklamcılığı Üzerine Bir Değerlendirme, Kesit Akademi Dergisi (The Journal of Kesit Academy) Yıl: 4, Sayı:16, Eylül 2018, s. 389-409
62. Avrupa Birliği Veri Koruması Genel Regülasyonu'nun Temel Yenilikleri Yrd. Doç. Dr. Nilgün BAŞALP, MÜHF - HAD, C.21, S.1
63. Geleneksel ve Dijital Pazarlamanın Karşılaştırılması, Sevgi Çolakoğlu Gürer, İstanbul, 2021
64. <https://www.verizon.com/business/resources/reports/2019-data-breach-investigations-report.pdf>





<https://digiagrimark.com>

<https://digiagrimark.net>



@digiagrimark



digiagrimark



## TARIMSAL GİRİŞİMCİLER İÇİN GÜVENLİ DİJİTAL PAZARLAMA EĞİTMEN EL KİTABI

