



# PAGEV AKADEMİ SEKTÖRÜN BİLGİ KAYNAĞI OLUYOR

## 28 Mart Salı

Dijital Pazarlama  
ve Sosyal Medya  
Eğitimi

[www.pagev.org](http://www.pagev.org)

# Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya



**Yer** : Radisson Blu Conference & Airport Hotel Istanbul

**Tarih** : 28 Mart Salı

**Saat** : 10:00 -16:00

**Eğitim Katılım Ücreti** : PAGEV üyelerine 250TL+KDV,

Üye olmayan katılımcılara 400 TL+KDV'dir.

**Eğitimci:**  
Yaprak Yapsan

## EĞİTİMİN AMACI

Globalleşen dünyada, teknolojinin hayatlarımıza katkısı ile, dijitalleşmenin önemi, bilinci ve kişisel/kurumsal markalarımız için doğru kullanımı açısından alınması gereken bu eğitimde.

- Dijital mecraların etkin kullanılması ile, marka bilinirliğinin geliştirilmesi,
- Marka sadakati artırılmasının yolları ve
- Dijital mecraların ve sosyal medya hesaplarının satış ve pazarlama faaliyetlerini destekleme süreçleri

Markalara olan katkısını, marka bilinirliğini sağlamak, itibarı sürekli kılmak, satış ve pazarlama kanallarına hız kazandırmak olarak da özetleyebiliriz.

## EĞİTİMİN HEDEF KİTLESİ

Dijitalin dilini anlayabilmek, marka bilinirliğini sağlamak, itibarı sürekli kılmak, satış / pazarlama kanallarına hız kazandırmak ve markayı dijitalde doğru konumlandırmak isteyen profesyoneller

# Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya



**Eğitimci:**  
Yaprak Yapsan

**DİJİTAL PAZARLAMAYA GİRİŞ  
DİJİTALİN FARKLILIĞI NEDİR?  
DİJİTAL PAZARLAMADA STRATEJİK YAKLAŞIMLAR  
DİJİTAL İSTATİSTİKLER  
KULLANICILARDA AİDİYET HİSSİ NASIL YARATILIR?**

**DİJİTAL MEDYA PLANLAMA VE OPTİMİZASYONU  
ONLİNE REKLAMCILIK  
MEDYA PLANLAMANIN TEMELLERİ  
REKLAM KANALLARININ YÖNETİLMESİ  
REKLAM SATIN ALMA  
REKLAMLARIN OPTİMİZASYONU  
VİRAL REKLAMLAR  
MOBİL PAZARLAMA  
E-MAIL MARKETİNG & İNBOX'A ULAŞMA**

**SOSYAL MEDYA AĞLARI  
AĞLARIN TEMEL TANIMI VE ÖZELLİKLERİ  
İÇERİK PAZARLAMASI VE SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ**

**SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ VE ARAÇLARI  
SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ  
SOSYAL MEDYA YÖNETİM ARAÇLARI**

**SOSYAL MEDYA İLETİŞİM PLANI OLUŞTURMA  
SOSYAL MEDYA KANALLARININ SEÇİLMESİ  
SOSYAL MEDYA İLETİŞİM HEDEFLERİNİN BELİRLENMESİ  
RAKİP ANALİZLERİNİN YAPILMASI  
SOSYAL MEDYA YÖNETİM PLANININ HAZIRLANMASI  
SOSYAL MEDYA İÇERİK TAKVİMİNİN HAZIRLANMASI**

**SOSYAL MEDYADA KRİZ YÖNETİMİ  
SOSYAL MEDYA KRİZİ NASIL OLUŞUR?  
SOSYAL MEDYA KRİZİNE MÜDAHELE ETME  
SOSYAL MEDYA KRİZİ İÇİN GENEL STRATEJİLER**

**EĞİTİMİN  
İÇERİĞİ**





# Yaprak Yapsan

## EĞİTİM

NEWCASTLE ÜNİVERSİTESİ : MARKA YÖNETİMİ  
VİYANA ÜNİVERSİTESİ : HALKLA İLİŞKİLER VE SİYASET BİLİMİ  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ : İLETİŞİM FAKÜLTESİ / GAZETECİLİK

## İŞ DENEYİMLERİ

IDECON & IDEA CONGRESS : KURUCU VE DİREKTÖR  
KANAL EKONOMİ : GENEL YAYIN YÖNETMENİ  
GAZETE EKONOMİ : YAZAR

## İŞ ALANLARI

- 3600 İLETİŞİM UZMANI
- DİJİTAL PAZARLAMA VE SOSYAL MEDYA STRATEJİSTİ / UZMAN / EĞİTMEN
- DİJİTAL MARKA DANIŞMANI
- İTİBAR YÖNETİMİ UZMANI
- KONUŞMACI VE MODERATÖR
- TV PROGRAMCISI, GAZETECİ

## İLGİ ALANLARI

SİVİL TOPLUM GÖNÜLLÜSÜ  
- KAGİDER ÜYESİ  
- KADER YÖNETİM KURULU ÜYESİ  
- AİMDER ANADOLU İNTERNET MEDYA DERNEĞİ YÖNETİM KURULU ÜYESİ  
- TOG TOPLUM GÖNÜLLÜLERİ VAKFI GÖNÜLLÜSÜ  
- TOÇEV GÖNÜLLÜSÜ  
SİYASET BİLİMİ  
TÜRKİYE'DE KADIN HAREKETİ  
GİRİŞİMCİLİK





# PAGEV AKADEMİ SEKTÖRÜN BİLGİ KAYNAĞI OLUYOR

## 21 Mart Salı

Enjeksiyon  
Üretiminde  
Karşılaşılan Sorunlar  
ve Çözümleri Eğitimi

[www.pagev.org](http://www.pagev.org)