

EĞİTİMİN & KONUŞMANIN ADI	MARKA 4.0: DİJİTALLEŞMEDEN YAŞAYAMAZSIN!
BU İŞİN BİR AMACI OLMALI!	<p>Biz insanoğlu dış dđnyadan gelen sinyallerin zihnimize yansımısını şekillendirirken, hepimiz bir birlik içerisinde hareket edemiyoruz. Çünkü herkesin deneyimi onun yaşam algısını belirliyor. Ve gđnderilen mesajları şekillendirirken de bir sűzge gđrevi gđrđyor. Dijital dűřđnmek ise yukarıdaki tanımını dikkate alırsak basit bir şekilde dijital verileri nasıl anlamlandırdığımızı dűřđnmektir. Bu sebeple pazarlama alanında çalışanların insanların nasıl bir dijital dűřđnceye sahip olduğunu dűřđnerek mesaj tasarlaması gerekmektedir. Özellikle sosyalliğin doruğundaki sosyal medyaya ayrı bir parantez açmak gerekir.</p> <p>Web 2.0 teknoloğisi, internet kullanıcıların takip edici statđden, içerik oluşturucu statűye geçmesi durumunu ifade ediyor. Bu bir anlamda, internet dđnyasındaki tasarım ve yazılım teknolojilerindeki bir değişimdir. Facebook, YouTube, Flickr, Blogger gibi popđler site uygulamaları, bu ücretsiz içeriklere ortam sağlayan Web 2.0 kanallarıdır. Bu teknoloğinin bir başka faydası, statik, sıradan, karmaşık ve yapılandırıcı internetin, kullanıcı odaklı, kullanıcı tarafından yaratılan, çoğaltılan, daha esnek bir yapı olmasıdır. Web 2.0 kısaca daha demokratik ve katılımcı bir dijital dđnya olarak tanımlanabilir. Web 2.0, internet dđnyasını salt bilgi yığınağı olmaktan kurtaran, kullanıcıların internette istediklerini ۆzgđr olarak organize etmesini ve kategorize etmesini sağlayan bir teknoloğinin adıdır (Winer 2003). Ağızdan ađza pazarlama, YouTube benzeri video paylaşım portalları, yurttaş gazeteciliği, bloglar, RSS, SEO ve postalama gibi unsurları barındıran bu yeni nesil internet akımı, internet ağlarını daha çok insana daha etkileşimli olarak açmıştır.</p> <p>Bu aşamada inceleyeceğimiz temel konular;</p>

NELER VAR?	<ul style="list-style-type: none">• Dijital Düşünüyorum, Öyleyse Sen de Düşün• Pazarlama 3.0 ile Yeni Bir Gelecek Modeli?• Artık Her Şey Çıplak: Sosyal Medyanın Marka Şeffaflığı• Gelecek Cep'ten Gelecek: Dijitalin Mobil Biçim• Fısıldayarak Marka Yönetmek ya da Öyle Halkla İlişkiler Yapmak: "PR 2.0 ya da BUZZ 2.0• Yurtta Sulh, Cihanda Like! Facebook Şu Antisosyal Dünyanın En Sosyal Ekonomik Aracıdır!• Dijital Pazarlama Notları: Gelecek Nasıl Gelecek?• Bir Marka Yönetiminin Sosyal Medyada Başarılı Olmasının 100 Yolu
KİMLER KATILABİLİR	Her kademedede profesyonel, Özel olarak C Düzey personel düzeyine bir tasarım, Orta Kademe Yöneticiler, İçgörüler. Şirketler Devlet kurumları Eğitim kurumları Sivil toplum örgütleri Fuarlar Kongreler Üniversiteler
NE KADAR SÜRER PEKİ BU?	2 Saatlik Konuşma ya da tam gün eğitim
KİM KONUŞACAK?	Prof. Dr. Uğur Batı

