

AVRUPA İŞLETMELER AĞI PROJESİ DIŞ TİCARET İSTİHBARAT UZMANLIĞI EĞİTİM PROGRAMI

DIŞ TİCARET İSTİHBARAT UZMANI EĞİTİMİ

EĞİTİMİN KONUSU VE AMACI:

Bu eğitim ile ürün ve firma bazında hedef pazarlarınızı bilimsel bir yöntemle belirleyebilecek, Hedef müşteri tiplerinizi ve ağırlık merkezini doğru şekilde seçebilecek, firma bilgilerinizi ve detaylarını güvenilir veri tabanlarından indirebilecek, bunları yorumlayabilecek ve ihracat pazarlama araçlarını doğru ve etkili kullanarak, ihracatı karlı ve sürdürülebilir hale getirebileceksiniz. Bu eğitim ile ülkemizde sürekli olarak ihtiyaç duyulan ve eksikliği duyulan “ihracat pazarlama uzmanı” yani “ihracatın özel kuvvetleri “olarak özel bir konum kazanacaksınız.

Firmamız yılların deneyimiyle, “ihracatın özel kuvvetlerini” yetiştirmeyi temel amaçlarından biri olarak benimsemiştir.

Temel dinamik gücü danışmanlık olan firmamız, bu süreçte geliştirdiği teknikleri verdiği eğitimlerde paylaşmaktadır. Bu sebeple eğitimler sürekli değişmekte ve gelişmektedir. Değişmeyen tek şey temel ilkelerimiz ve iş ahlakımızdır.

Dış ticaret istihbarat uzmanı mesleğine ilgi duyanlar, (en az bir dil bilenler), dış ticaret elemanları ve firmaların dış ticaret uzmanları ve yöneticileri eğitime katılabilirler.

Katılımcıların dünyadaki hiper rekabete uyum sağlamaları için mesleki uzmanlık kazanmaları ve geliştirmeleri hedeflenmektedir. Katılımcıların kendi ürünlerine uygun hedef pazarları tespit yöntemlerini öğrenmeleri, ihracat pazarlaması için bilgi ve istihbarat sistemleri ile tanışmalarının sağlanması, ihracat kapasitesinin artırılması amaçlanmaktadır.

İhracat yapabilen ancak potansiyelini tam olarak kullanamayan, daha önce hiç ve/veya düzenli ihracat yapmamış firmaların düzenli birer ihracatçı haline gelmeleri, hali hazırda ihracat yapan firmaların ihracat potansiyelinin ve hedeflerinin geliştirilmesi eğitilen bu uzmanlarca gerçekleştirilecektir. Mesleğe yeni başlamayı düşünen katılımcılar ise bu eğitim sayesinde dış ticaret istihbarat uzmanı mesleğine adım atacaktlardır.

Sürecin sonunda katılımcı firmaların kendi ticari istihbarat sistemlerinin temellerin atmaları ve uygulamaya geçmeleri beklenmektedir.

EĞİTMEN: YAMAN KOÇ (CV ve REFERANSLARI EKTEDİR.)

SÜREÇ:

Eğitim Yüz yüze ve online zoom üzerinden yapılacaktır. Her eğitiminin sonunda ödevler verilecektir ve yapılan ödevler eğitmen tarafından değerlendirilecektir. Eğitim sonunda ödevleri tam olarak yapan ve on line sınava giren katılımcılar geçerli not alırlarsa sertifika almaya hak kazanacaklardır. Sınava katılmayanlara katılım belgesi verilecektir.

EĞİTİM TARİHLERİ

| EĞİTİM TARİHLERİ (2025) | GÜN SAYISI | EĞİTİMEN |
|------------------------------------|------------------------|-----------------|
| 19 NİSAN 2025 CUMARTESİ | 1.HAFTA 09.00-13.00 | Yaman Koç |
| 26 NİSAN 2025 CUMARTESİ | 2.HAFTA 09.00-13.00 | Yaman Koç |
| 3 MAYIS 2025 CUMARTESİ | 3.HAFTA 09.00-13.00 | Yaman Koç |
| 10 MAYIS 2025 CUMARTESİ | 4.HAFTA 09.00-13.00 | Yaman Koç |
| 17 MAYIS 2025 CUMARTESİ | 5.HAFTA 09.00-13.00 | Yaman Koç |
| 24 MAYIS 2025 CUMARTESİ | 6.HAFTA 09.00-13.00 | Yaman Koç |
| 31 MAYIS 2025 CUMARTESİ | 7.HAFTA 09.00-13.00 | Yaman Koç |

| EĞİTİM TARİHLERİ (2025) | GÜN SAYISI | EĞİTİMEN |
|------------------------------------|--------------------------|-----------------|
| 23 NİSAN 2025 ÇARŞAMBA | 1.HAFTA 20.00 – 21.00 | Yaman Koç |
| 30 NİSAN 2025 ÇARŞAMBA | 2.HAFTA 20.00-21.00 | Yaman Koç |
| 7 MAYIS 2025 ÇARŞAMBA | 3.HAFTA 20.00-21.00 | Yaman Koç |
| 14 MAYIS 2025 ÇARŞAMBA | 4.HAFTA 20.00-21.00 | Yaman Koç |
| 21 MAYIS 2025 ÇARŞAMBA | 5.HAFTA 20.00-21.00 | Yaman Koç |
| 28 MAYIS 2025 ÇARŞAMBA | 6.HAFTA 20.00-21.00 | Yaman Koç |

DETAYLI EĞİTİM PROGRAMI

| DIŞ TİCARET İSTİHBARAT UZMANI EĞİTİMİ 7 HAFTA (4saat/Gün) | | | |
|--|--|---|--|
| HAFTA | DETAYLI İÇERİK | DERSTEKİ TASLAK ÖDEVLER | OKUNACAK KİTAPLAR VE MAKALELER |
| 1.HAFTA (4 SAAT) | <p>GENEL TEORİK VE FELSEFİ YAKLAŞIM Uluslararası Ticaret ve temel kavramlar Uluslararası pazarlamanın temel ilkeleri Dünyadaki değişimlerin etkileri ve uluslararası pazarlamanın aldığı yeni biçimler Hiper Rekabet Çağı, Data-information-intelligence Big data nedir? Ticari istihbarat nedir? Dış Ticaret istihbaratı Uluslararası Pazarlama mı? İhracat pazarlaması mı? Dış ticaret istihbarat uzmanı ne iş yapar?</p> <p>NOKTA ATIŞI İHRACAT, 4 ana modül HEDEF PAZAR ÇALIŞMASI</p> <p>HEDEF PAZAR MATRİSİ HAZIRLANMASI</p> <ul style="list-style-type: none">○ Tabloların düşey ara ile bir araya getirilmesi○ İstatistiklerin yorumlanması○ Büyüyen pazarların ayrışması○ Büyüyen pazarlardaki rakip ülkelerin tespiti○ Rekabet şansımızın değerlendirilmesi | <p>1.ÖDEV Her katılımcı bir ürün belirleyecek ve GTİP no su bulunacak</p> <p>2. ÖDEV Belirlenen örnek için HEDEF PAZAR MATRİSİ hazırlanacak</p> | <p>Uluslararası Pazarlama mı? İhracat pazarlaması mı?</p> |
| | <p>Hedef Pazar matrisi hazırlanması (örnek çalışma)(herkes derste yapılan örneği hazırlayacak)</p> | <p>Eğitmen tarafından araştırmalar a not verilmesi.</p> | <p>Yaman Koç“Yeni Nesil Dış Ticaret İstihbaratı”, Kuzgun yayınevi,</p> |
| 2.HAFTA (4 SAAT) | <p>MATRİSLERİN KONTROLÜ VE YORUMU</p> <ul style="list-style-type: none">○ Türkiye'nin ürün bazında fiili ihracatı○ Kaçırduğumuz pazarlar○ Yorumlama ve tartışma <p>HEDEF PAZAR KRİTERLERİNİN BELİRLENMESİ (4 ana kriter)</p> <ul style="list-style-type: none">○ HEDEF PAZAR ARAŞTIRMASININ HAZIRLANMASI○ 8 TEMEL PARAMETREDE VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ | <p>3. ÖDEV Hedef Pazar araştırmasının hazırlanması</p> | |

| | | | |
|-----------------------------|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ 8 Parametrede verilerin tek tek ele alınması ve hedeflerin belirlenmesi ○ AHE matrisi ile 8 parametrenin tek bir matrise aktarılması ○ AHE matrisi ile ön seçimin yapılması ○ Ön seçimi yapılan ülkelerin tek tek ithalat rakamları, vergi oranları, uzaklık, rakiplerin analizi ve rekabet güçleri açısından analizi ○ Firmanın imkan ve kabiliyetlerinin analiz içine alınması ve firmaya özgü bir Pazar araştırmasının hazırlanması ○ Yaklaşık 15 hedef pazarın belirlenmesi ○ SEÇİLEN HEDEF PAZARLARDA DETAYLI ÜLKE ANALİZİ <p>Örnek format üzerine görüşme ve uygulama</p> | | |
| | | Eğitmen tarafından araştırmalar a not verilmesi. Eksikliklerin bildirilmesi | Yaman Koç“Yeni Nesil Dış Ticaret İstihbaratı”, Kuzgun yayınları, “Dış Ticaret rekabet İstihbaratı” |
| 3.HAFTA (4 SAAT) | <ul style="list-style-type: none"> ○ SEÇİLEN HEDEF PAZARLARDA DETAYLI ÜLKE ANALİZİ ○ Ülke genel durumu ○ Politik durum ○ Sektörel durum ○ Rakiplerin analizi ○ Gümrük vergileri, ticari engeller, Tarife dışı gereklilikler ○ Lojistik olası çözümler ○ Seçilen hedef pazarın içyapısının analizi için araştırmaların tespiti ve bulunması ○ Hedef Bölgelerin tespiti ○ Hedef ürünlerin tespiti ○ Pazarın değerlendirilmesi /dağıtım ağının yapısı ○ Yerel imalatçılar ○ Yabancı rakipler ○ Yeni ortaya çıkan bilgi gereksinimlerinin karşılanması ○ Firmaların uygulama yapmaları ve bu uygulamaların tartışılması ○ Pazarın değerlendirilmesi /dağıtım ağının yapısı ○ Yerel imalatçılar | 4.ÖDEV Hedef Pazar araştırmasının n tamamlanması ve yayına hazır hale getirilmesi | “Büyük Veri”Viktor Mayer, Paloma Yayınları |

| | | | |
|--|---|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ Yabancı rakipler ○ Pazara girişte olası engeller ○ Standartların tespiti ○ Büyüyecek alt sektörlerin tespiti ○ Dağıtım ağı analizi <p>Pazara giriş stratejisinin belirlenmesi</p> <p>Hazır Pazar araştırmalarının analiz teknikleri</p> | | |
| <p>4.HAFTA</p> <p>(4 SAAT)</p> | <p>FİRMA İSTİHBARAT ÇALIŞMALARI</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Hedef müşterilerin NACE ve SIC kodları bağlamında tespiti ○ Önem sırasına göre sınıflandırılması ○ Hedef rakiplerin istihbaratı ○ Hedef müşterilerin istihbaratı ○ Hedef müşterilerin süzülmesi ○ Hedef müşterilerin yöneticilerinin belirlenmesi ○ Hedef müşterilerin finansal ve risk analizlerinin yapılması ○ HEDEF PAZARDA KULLANILACAK ARAÇLARIN VE VERİ KAYNAKLARININ SEÇİLMESİ ○ Aktif araçların tespiti ve seçimi ○ Pasif araçların tespiti ve seçimi ○ Ülke için özel rehberlerin tespiti ○ Diğer bilgi kaynakları ○ Birincil veri kaynakları ○ İkincil veri kaynakları <p>TİCARİ BİLGİ VE İSTİHBARAT KAYNAKLARI</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Bilgi kaynakları indeksleri ve kullanımları ○ Rehber indekslerinin oluşturulması sistematığı ○ Bilgi ve istihbarat veri tabanlarının oluşturulması ○ Uygulama ○ Hedef müşterilerin NACE ve SIC kodları bağlamında tespiti ○ Önem sırasına göre sınıflandırılması ○ Hedef rakiplerin istihbaratı ○ Hedef müşterilerin istihbaratı ○ Hedef müşterilerin süzülmesi ○ Hedef müşterilerin yöneticilerinin belirlenmesi ○ Hedef müşterilerin finansal ve risk analizlerinin yapılması <p>UYGULAMA</p> <p>Örnek çalışmaların yapılması</p> <p>Gümrük kayıdı veren rehberler/ sitelerin analizi ve indekslenmesi</p> <p>Firma Bilgi kaynaklarının indekslenmesi</p> | <p>5. ÖDEV: SIC kodlarının tespiti ve önem sırasına göre dizilmesi</p> <p>6. ödev bir ülkeden 6 tane firma indeksinin hazırlanması</p> | <p>Sun Tzu- “Savaş Sanatı Üzerine”,</p> <p>TİCARİ BİLGİ KAYNAKLARI İNDEKSİ</p> <p>.</p> |

| | | | |
|------------------------------------|--|--|------------------------------------|
| | <p>Değişik data setlerinden istihbarat üretmek Pazar araştırması ve gümrük kayıtlarının birleştirilmesi Firma rehberleri ile gümrük kayıtlarının birleştirilmesi D&B Rehberinin kullanımı ve örnekleme İhale sorgulama (Avrupa) ve İhale sorgulama Tedarik için örnek çalışma hazırlanması FİNANSAL REHBERLERİN TESPİTİ VE UYGULAMA</p> | | |
| <p>5.HAFTA (4 SAAT)</p> | <p>❖ PROJE VE İHALELER İLE SATIŞ TEKNİKLERİ VE TEDARİK</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Proje ve ihalelerden müşteri bulma teknikleri genel yaklaşım ○ İHALELER ○ İhale veri tabanlarının tespiti ○ Sonuçlanmış ve hala sonuçlanmamış ihale ayrımı ○ Stratejik yaklaşım ○ Firmalara özgü Örnek çalışmaların yapılması ○ PROJELER ○ Dünya yatırım bankaları projeleri ve bunlara erişim yolları ○ Bu projeleri kazananların bilgilerine erişim ○ Bu bilgilerin analizi ○ Bunlarla iletişim teknikleri ○ Firmalarla örnek çalışmaların gerçekleştirilmesi ○ TEDARİK SİSTEMİ <p>İHRACAT SANATI İstihbarat-strateji-iletişim birliği FİRMALARLA İLETİŞİM TEKNİKLERİ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Strateji-İstihbarat-iletişim ○ STRATEJİ VE STRATEGEM ○ Temel stratejik ilkeler ve dış ticarete kullanımları ○ Stratejik prensipler ○ Stratejinin felsefesi ve kökleri ○ Stratejiler ve karşı koyma teknikleri (36 stratejem) ○ İletişimde kullanılan araçlar ve stratejik üstünlük yaratma ○ Aktif ve pasif araçların kullanımları ○ Firmalar bazında uygulamaların yapılması | <p>7. ÖDEV hedef Pazar için stratejik planın ve iletişim silahlarının konumlandırılması raporu</p> <p>8. ÖDEV İhale sorgulama (avrupa) ve İhale sorgulama</p> <p>9. ÖDEV Tedarik için örnek çalışma hazırlanması</p> | <p>36 STRATEGEM van senger</p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| 6.HAFTA (4 SAAT) | İLETİŞİM SİLAHLARI VE KULLANIM ŞEKİLLERİ Seçilen Hedef Pazarlarda iletişim silahlarının konumlandırılması Firma süzme teknikleri Randevu ve ziyaret Stratejik üstünlük nasıl kazanılır? BAYİLİK SÖZLEŞMELERİ VE ÖNEMLİ NOKTALAR | 10. ÖDEV: BAYİLİK SÖZLEŞMESİ HAZIRLANMIŞ ASİ ÖDEVLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ | David Eagleman “İncognito , Beynin Gizli Hayatı,” |
| 7. HAFTA (4 SAAT) | TÜM EĞİTİMİN GENEL DEĞERLENDİRMESİ EKSİKLİKLERİN TAMAMLANMASI | | |

Eğitim süreci 6 hafta boyunca Her hafta Çarşamba günleri 20.00-21.00 arası uygulama ve anlaşılmayan yerlerin soru ve cevapları yapılacaktır.

YAPILACAK ÖDEVLERİN KONTROLÜ: EĞİTMEN YAMAN KOÇ TARAFINDAN YAPILACAKTIR.

OKUNACAK ÖNEMLİ KİTAPLAR LİSTESİ

1. “Sharlock Holmes Gibi Düşünmek”
2. “Yavaş Düşünce Hızlı Düşünme “Kuhneman
3. “Jonah Lehrer “ How We Decide”
4. Viktor Mayer, “**Büyük Veri**” Paloma Yayınları
5. Harry Yarger “Strategic Theory For The 21st Century”
6. David Eagleman “İncognito , Beynin Gizli Hayatı,”
7. Competitive intelligence makale kanada
8. Richard-Rumelt” Good-Strategy-Bad-Strategy”
9. Clauzewitz “Savaş Üzerine”
10. Harro Von Senger “Savaş Hileleri Strategemler” Cilt I Anahtar Yayınları
11. Harro Von Senger “Savaş Hileleri Strategemler” Cilt 2 Anahtar Yayınları
12. Robert Pellegrini “The Link Between Science Philosophy And Military Theory”
13. “The Art of War” by Sun Tzu
14. İngiliz export strategy HMG_Export_Strategy