

Birinci Oturum

Dijital Pazarlama Stratejisi ve Temeller

- Dijital Pazarlamaya Giriş
- Günümüzde Dijital Pazarlama Neden Vazgeçilmez?
- Dijital Pazarlamanın Ana Kanalları
- Dijital Pazarlamada Stratejinin Önemi
- Hedef Kitleyi Tanıma
- Yapay Zekânın Dijital Pazarlamaya Etkisi
- Uygulama: Dijital Pazarlama Strateji Planı Hazırlama



İkinci Oturum

Sosyal Medya Stratejisi, İçerik ve E-Posta Pazarlaması

- İçerik Pazarlamasına Giriş ve Strateji Mantığı
- Hedef Kitleye Uygun İçerik Planlama
- Sosyal Medyada Marka Kimliği ve Konumlandırma
- Platform Stratejisi ve Kanal Yönetimi
- Rakip Analizi ve Sosyal Medya Stratejisi Oluşturma
- E-Posta Pazarlaması Temelleri ve Kampanya Altyapısı
- E-Posta Kampanya Yönetimi ve Performans Ölçümü
- Uygulama: Marka İçin Sosyal Medya Strateji Çalışması



Üçüncü Oturum

Performans Pazarlaması ve Reklam Yönetimi

- Performans Pazarlamasına Giriş ve Temel Kavramlar
- Reklam Platformları ve Kampanya Yapıları
- Hedef Kitle ve Hedefleme Stratejileri
- Bütçe Yönetimi ve Kampanya Optimizasyonu
- Reklam Performans Analizi ve Raporlama
- Uygulama: Reklam Kampanyası Planlama Çalışması



Dördüncü Oturum

Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)

- SEO'nun Temelleri ve Arama Motorlarının Çalışma Mantığı
- Site İçi (On-Page) SEO
- Teknik SEO Yapılandırması
- SEO Stratejisi ve Sürekli Optimizasyon Süreci
- SEO Performans Ölçümü ve Analiz
- Uygulama: SEO Performans Analizi ve Yorumlama Çalışması



Beşinci Oturum

Proje Sunumu, Değerlendirme ve Geri Bildirim

- Proje Sunumları
- Proje Analizi ve Performans Değerlendirmesi
- Yaygın Hatalar ve İyileştirme Önerileri
- Etkili Sunum Teknikleri ve Görselleştirme
- Proje Teslim Standartları ve Değerlendirme Kriterleri

