



GAZİANTEP SANAYİ ODASI İHRACAT AKADEMİSİ PROJESİ DEPREM BÖLGESİ



İHRACAT AKADEMİSİ PROJESİ

Odamız tarafından 2018 yılından bu yana firmalarımızın dış ticaret alanında rekabetçiliğinin artırılması, ürettikleri ürünlerin Pazar payının geliştirilmesi ve ihtiyaç duyulan donanımlı dış ticaret personeli istihdamının sağlanması amacıyla İhracat Akademisi Projesi düzenlenmektedir.

İhracat Akademisi Projesinin yürütüldüğü 2018-2023 yılları arasında Ticaret Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve İpekyolu Kalkınma Ajansı (İKA) destekleriyle gerçekleşen 7 eğitim döneminde toplamda 113 firmadan 128 kursiyerin katılımı ve bu süreçte 35 kişinin istihdamıyla 2 aylık eğitim periyotlarında toplamda 1.600 eğitim saati ile faaliyetler gerçekleştirilmiştir.

Program kapsamında Pazar Araştırması ve Hedef Pazar Tespiti, Hedef Pazarlarda Potansiyel Alıcıların Tespiti, Uluslararası Satış Teknikleri ve Uluslararası Pazarlama Karması Organizasyonu konularında teorik ve uygulamalı eğitimler tamamlanmıştır. Düzenlenen eğitim programının ardından firma temsilcisi kursiyerler, edinmiş oldukları bilgiler doğrultusunda potansiyel alıcı firmalarla görüşerek ihracat kapasitelerini artırarak firmaları adına satış gerçekleştirmişlerdir.

DEPREMDEN SONRA İHRACAT AKADEMİSİ PROJESİ

Bu yıl ise, 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen depremle birlikte Gaziantep ili dahil olmak üzere bölgemizdeki birçok ilimiz durumdan olumsuz etkilenmiştir. Bölgede yaşanan her türlü vatandaşın günlük akışını değiştirerek bu süreçte sosyo- ekonomik tüm şartların zorlanmasına sebep olmuştur.

Sosyolojik tarafta depremin ardından eğitime devam etme ihtiyacı ortaya çıkmış ve önemli bir çözüm olarak uzaktan eğitim yolu tercih edilmiştir. İstihdama hazır son sınıf depremzede öğrencilerin bu döneme mezuniyet süreçlerinin denk gelmesi üniversitelerin istihdam faaliyetlerinden uzak kalmasına sebep olmuştur. Öğrenciler tarafından, yaşanan zorlu şartlar içerisinde ek olarak kaygıya sebep olan bu durum mücbir bir sorun haline dönüşmüştür.

Ekonomik tarafta ise yine depremin ardından tarafımızca yapılan saha çalışmaları ve birebir tespit görüşmelerinde Gaziantep Sanayi Odası üyesi depremzede firmalarımızın maddi zararlar birlikte göç eden, vefat eden ve yine deprem sebebiyle işi bırakma durumunda kalan beyaz yakalı çalışanları ile şehir genelinde istihdam oranının düşmesi ve işsizlik oranının artması sonucuyla karşı karşıya kalındığı görülmüştür. Faaliyetlerin maddi ve manevi sebeplerle aksaması sonucunda ekonomik anlamda ihracat rakamlarında geçen yıl ihracat oranlarına göre Şubat ayından bu yana ciddi düşüş görülmüştür.

Bu iki önemli duruma çözüm olması adına üniversitelerimizden ve odamız üyelerinden gelen talepler doğrultusunda depremzede öğrencilerimizin istihdamının sağlanması, süreçte istihdam kaybı yaşayan firmalarımızın ise eski verimliliğine tekrar ulaşması adına çalışmalara başlanılmıştır.

Bu kapsamda firmalarımızda nitelikli istihdamı sağlayarak ihracat faaliyetlerinde yeni pazarlara açılmaları sürecinde destek olduğumuz İhracat Akademisi Projesini deprem sonrası sürece adapte ederek **İhracat Akademisi Deprem Bölgesi Projesi'**ni hayata geçirmeyi planlamaktayız.

Proje aşamaları şu şekilde olacaktır,

Program Planı:

1. Aşama: Firmalara Duyuru Yapılması ve Katılım Toplanması
2. Aşama: Programa Katılacak Kursiyerlerin Seçimi
3. Aşama: Kursiyerlerin Firmalar İle Eşleştirilmesi
4. Aşama: Firma Beklentilerinin Tespiti İçin Danışmanın Firma Ziyaretleri
5. Aşama: Kursiyerlere Yüz Yüze Olarak Temel Dış Ticaret Eğitimi Verilmesi
6. Aşama: Kursiyerlere Firma Ürünleri İçin Uygulamaya Yönelik Online Ticari İstihbarat Danışmanlığı Verilmesi
7. Aşama: Kursiyerleri İşyerinde Ziyaret Ve Uygulamalarda Karşılaşılan Güçlüklerin Çözümü
8. Aşama: Çıktıların Tespiti Ve Proje Kapanışı

Eğitim İçeriği:

DIŞ TİCARET (12 SAAT)	
<ul style="list-style-type: none">• Dış Ticarete Yön Veren Kurulu• Uluslararası Ticarete Teslim Şekilleri<ul style="list-style-type: none">– INCOTERMS 2020– Uygulamada yaşanan sorunlar ve örnekler• Satış Sözleşmeleri<ul style="list-style-type: none">– Sözleşme türleri– Sözleşme yapılırken dikkat edilecek hususlar• Uluslararası Ödeme Şekilleri<ul style="list-style-type: none">– Kambiyo Mevzuatı– SWIFT uygulaması nedir?– Peşin Ödeme– Mal Mukabili Ödeme– Vesaik Mukabili Ödeme– Akreditif– Banka Taahhütlü Ödeme BPO– Günlük uygulamalardan örnek olaylar• Dış Ticarete Kullanılan Belgeler<ul style="list-style-type: none">– Proforma Fatura– Çeki Listesi – Packing List– Türkçe Fatura– Commercial Invoice• İhracatta Kullanılan Belgeler<ul style="list-style-type: none">– Taşıma Belgeleri– Bill of Lading (Konşimento)– FIATA B/L– Karayolu Taşıma Belgesi – CMR– Havayolu Taşıma Belgesi – IATA– Demiryolu Taşıma Belgesi – CIM	<ul style="list-style-type: none">• Menşe Belgesi, Form A, Dolaşım Belgeleri (ATR – EUR1)• Ekspertiz Belgesi,• Analiz Belgesi,• Gözetim Belgesi,• Sağlık Sertifikası,• Mal Teslim Belgesi (Ordino)• Özel Fatura• Isıl İşlem Belgesi (ISPM 15)• Diğer Belgeler• Güncel Örnekler Üzerinden İncelemeler• İhracatta Sigorta Kavramı ve Sigorta Belgeleri<ul style="list-style-type: none">– Sigorta Türleri ve Riskler– Sigorta Poliçesi, Sigorta Sertifikası,– Dikkat Edilecek Hususlar– Günlük Uygulamalarda Kullanılan Örnek Belgeler Üzerinde İnceleme• Türkiye’de Dış Ticareti Düzenleyen Mevzuat<ul style="list-style-type: none">– Kambiyo Mevzuatı ve Banka İşlemleri– GTİP• İhraç Kayıtlı Satış (3065 sayılı KDV Yasası İlgili Madde)<ul style="list-style-type: none">– İhraç Kayıtlı Satış Nedir?– Uygulaması ve Riskler– Uygulamada Dikkat Edilecek Hususlar• İhracatta Fiyatlandırma ve Teklif Verme<ul style="list-style-type: none">– (FOB’laştırma)• İhracata Yönelik Devlet Destekleri• Case Study çalışması

HEDEF PAZAR ANALİZİ (3 SAAT)	TİCARİ İSTİHBARAT: TİCARİ İSTİHBARAT YÖNTEMLERİ (3 SAAT)
<p>İhracat için Selfie GTİP Numarası Doğru Satış Kanalı Tespiti Hedef Pazar Seçim Kriterleri Ürün Tanımı Fuarlar Doğru Hedef Pazarın Belirlenmesi İthalatçı Ülkelerin Analizleri İhracatçı Ülke Analizleri Cari Açık Rakamlarının Değerlendirilmesi Türkiye'nin İhracatının Analizi Yükselen Ülkeyi Baştan Yakalamak Hedef Pazarlarımızın Belirlenmesi Demografik Değerlendirme Yakın Pazarların Analizi</p>	<p>Vergilerin Tespiti Ülkenin Yapısı ve Kültürel Değerlendirilmesi Tarife Dışı Engeller ve Yasal durum Analizde Diğer Etmenler İnternette Ticari Bilgi Araması nasıl yapılır? İnternette İz Süzme İnternette Ticari Kaynakların İncelenmesi Hedef Ülkede Araştırma Keywords Ülke Kaynakları Araştırması Müşteri Çoğaltma Teknikleri Satış Kanalı Analizi Müşterinin Müşterisi</p>

İHRACATA YÖNELİK DEVLET DESTEKLERİ (3 SAAT)	GÜMRÜKLEME (3 SAAT)
<p>DYS (Destek Yönetim Sistemi) Yararlanıcılara (şirketler, e-ihracat konsorsiyumları, perakende e-ticaret siteleri, pazaryerleri) Yönelik Destekler</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Yurt Dışı Rapor Desteği ■ Dijital Pazaryeri Tanıtım Desteği ■ E-ihracat Tanıtım Desteği ■ Sipariş Karşılama Desteği ■ Yurtdışı Depo Kira Desteği ■ Yurtdışı Pazaryeri Entegrasyon Desteği ■ E-ticaret Sitelerinden Alınan Hizmet Giderleri Desteği ■ Pazaryeri Komisyon Desteği ■ Desteklere İlişkin İşleyiş ■ Destek Limitleri <p>İşbirliği Kuruluşlara Yönelik Destekler</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Sektörel Ticaret ve Alım Heyeti Desteği ■ E-ihracat Tanıtım Proje Desteği ■ E-ihracat Geliştirme Proje Desteği ■ Türkiye E-ihracat Platformu Desteği ■ Destek Limitleri <p>Hedef Ülkeler Listesi (2023 Yılı için)</p>	<p>Gümrük Nedir? Gümrüklü Alanlar Nedir? Gümrükte Temsil Kavramı, Gümrük Müşaviri ve Görevleri nelerdir? T.İ.P Açılımı ve Önemi Tescil ve Muayene Kavramları Kırmızı ve Sarı Hat Kavramları Gümrük Beyannamesinde Dikkat Edilmesi Gerekenler Gümrük Vergileri Gümrük Vergileri Neye Göre Hesaplanır? Lojistik Çeşitleri Nelerdir?</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Tedarik Lojistiği ■ Üretim Lojistiği ■ Dağıtım Lojistiği ■ Geri Dönüş (Ters Lojistik) <p>Antrepo ve Geçici Depolama Yerleri Antrepo Nedir? ■ Antrepo Türleri ■ Geçici Depolama Yeri ile Antrepo Arasındaki Farklar Nelerdir? ■ Eşyanın Antrepoda Bekleme Sürelerine İlişkin Özel Hususlar Nelerdir? ■ Antrepo ile Serbest Bölgenin Farkları İhracat İşlemlerinde Gümrüğe Sunulacak Gerekli Belgeler</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Çeki Listesi ■ Türkçe Fatura (E-fatura) ■ Diğer Evraklar (Sektörlere ve Eşyanın Özelliğine Göre Gerektiğinde) <p>İthalat işlemleri</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ İthalat İzin Belgelerinin Temin Edilmesi ■ Gümrük İdaresine Sunulması Muhtemel Belgeler ■ Küşat Kavramı ■ TAREKS Kavramı

DİJİTAL PAZARLAMA (6 SAAT)	E-İHRACAT (6 SAAT)
<ul style="list-style-type: none"> ● Dijital Pazarlamaya Giriş Neden Dijital Pazarlama Tüketici Davranışları Türkiye’de İnternet Kullanımı Demografik İstatistikler Kullanım Amaçları Cihaz Kullanım ● Sosyal Medya Stratejileri ve Yönetimi Sosyal Medyanın Tanımı ve Önemi Sosyal Medyada Dünya İstatistikleri Mecraların İncelenmesi, ■ Instagram ■ Facebook ■ Twitter ■ LinkedIn ■ Youtube İçerik Pazarlaması ve Sosyal Medya Yönetimi Sosyal Medya Araçları (Uygulamalı) Sosyal Medyada Ürün ve Hizmet Tanıtımı ● Reklamlar Dijital Reklamlar Neden Önemli Reklam Kanalları Neler, Hangisini Kullanmalı Hedef Kitleyi İyi Seçmek ve Analiz Etmek Uluslararası Müşteri Talebi Toplama Yöntemleri Ölçme ve Değerlendirme İnternet Reklamları (Uygulamalı) ■ Facebook Reklamları ■ Instagram Reklamları ■ Google Reklamları (Google Ads) ■ LinkedIn Reklamları ● Müşteri Bulma ve Elde Tutma Aktif Müşteri Bulma Yöntemleri Masabaşı Müşteri Bulma Yöntemleri Müşteri Tanıma Ve Seçiminde Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar LinkedIn Sales Navigator Mail Adresi Bulma Yöntemleri ve Toplu E-Posta Gönderimleri Sektöre Özel İnternet Siteleri İyi Uygulama Örnekleri 	<ul style="list-style-type: none"> ● Temel Bilgiler E-Ticaret Nedir? E-Ticaretin Avantajları ve Dezavantajları E-Ticaret İstatistikleri E-Ticaretin Temel Kavramları E-Ticarete Nasıl Başlanır? E-Ticarette Kalıcı ve Başarılı Olmak E-Ticaret İş Modelleri Satış Kanalları ● E-Ticaret Süreçleri E-Ticaretin Yol Haritası Yapılmaması Gereken Hatalar Doğru Ürün Seçimi Maliyet Kalemleri Müşteri Edinme Maliyetleri Marka Bilinirliği Oluşturmak E-Ticaret Sitesinin Olmazsa Olmazları Kullanıcı Dostu Tasarım Ödeme Türleri Kargo Seçenekleri Tüketici Deneyimi Entegrasyon Süreçleri E-Ticarette Seo ● Global Pazar Yerleriyle E-İhracat Pazaryerlerinin Avantajı ve Dezavantajı Pazar Yerlerinde Mağaza Açmak Lansman Çalışması Nedir? Pazar Yerlerinde Ürün Sergilemek ve Dikkat Edilmesi Gereken Konular Pazar Yerlerinde Kampanya Yönetimi Kupon Sistemlerini Kullanmak Dropshipping (Stoksuz Satış) Rapor Analizi Yapmak <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;"> TİCARİ YAZIŞMA (12 SAAT) </div> <p>Eğitimde sürecinde potansiyel alıcılar ile uluslararası sektör tecrübeli uzmanlar eşliğinde yazışmalar gerçekleştirilecektir.</p>

Eğitim Takvimi

Aşağıda programa ilişkin 6rnek takvim yer almaktadır.

TARİH	SAAT	AÇIKLAMA
16-17-18-19-20 Ekim 2023	ÖZEL PLANLAMA	şirket g6r6şmeleri ve Dış Ticaret Eğitimi (Fiziki)
23 Ekim 2023 Pazartesi	16-19	Hedef Pazar Analizi ve Ticari İstihbarat (Online)
25 Ekim 2023 arşamba	16-19	Hedef Pazar Analizi ve Ticari İstihbarat (Online)
27 Ekim 2023 Cuma	16-19	Ticari Yazışma (Online)
30 Ekim 2023 Pazartesi	16-19	Dijital Pazarlama (Online)
01 Kasım 2023 arşamba	16-19	Dijital Pazarlama (Online)
03 Kasım 2023 Cuma	16-19	Ticari Yazışma (Online)
06 Kasım 2023 Pazartesi	16-19	e-İhracat (Online)
08 Kasım 2023 arşamba	16-19	e-İhracat (Online)
10 Kasım 2023 Cuma	16-19	Ticari Yazışma (Online)
13 Kasım 2023 Pazartesi	16-19	G6mrukleme (Online)
15 Kasım 2023 arşamba	16-19	Devlet Destekleri (Online)
17 Kasım 2023 Cuma	16-19	Ticari Yazışma (Online)

Eğitmen 6zgemişleri

G6khan EROL

A.Ü. İşletme B6l6m6 mezunu olan EROL, lojistik sekt6r6nde başladığı iş hayatına, Evyap Holding, 6d6l İlaç firmalarında devam etmiştir. 2002 yılından bu yana dış ticaret, hedef pazar analizi, uluslararası pazarlama ve devlet yardımları alanlarında sahip olduğu uzmanlığı, eğitim ve danışmanlık çalışmaları ile sekt6rdeki 32 yıllık tecr6besini paylaşmaktadır. T6rkiye'nin birçok ilinde 30 binin 6zerinde nitelikli Dış Ticaret uzmanı yetiştirilmesine ve istihdamına destek verip, 6niversitelerde konferans ve seminerlere katılmaktadır.

Danışmanlık faaliyetleri ile Kobi'leri uluslararası rekabet ve uluslararası ticarete hazırlamakta, kurumların genel olarak işletme ve 6zelde uluslararası ticaret / dış ticaret departmanlarının tanı/teşhis s6relerini uygulayarak kurumların SWOT'unu yapmakta ve iyileştirilebilir, geliştirilebilir alanları hakkında anayol haritalarını oluşturmakta ve uygulama başarılarını denetleyerek raporlamaktadır. "İçinden Dış Ticaret Geçen Sohbetler" adlı seminerler serisi ile deneyimlerini, 6niversiteliler ve sekt6re yeni girmiş dinleyicilerle paylaşmaktadır. 2010 yılında fikir babası ve koordinat6r6 olduğu "Dış Ticaret Perileri" projesi başarıyla ses getirmiştir.

"Yatırımcılar İçin Yeni Teşvik Uygulamaları ve Yatırım Rehberi" isimli yayımlanmış bir kitabı bulunmaktadır. Ayrıca, İnovakademi ekibi olarak 2023 yılında kamuoyu ile paylaşacakları ortak kitap çalışmaları devam etmektedir. Halen İnovakademi başta olmak 6zere birçok İhracatçı Birliği, Ticaret ve Sanayi Odası, UR-GE projelerinde eğitim ve danışmanlıklar vermektedir. Muhtelif 6niversitelerin davetlisi olarak çeşitli projelerde g6rev alma ve Hedef Pazar Analizi eğitimleri vermektedir.

Barış YAŞBALA

İstanbul'da 1990 yılında doğmuştur. TEMA Vakfı, Greenpeace, TOG Vakfı gibi birçok sivil toplum kuruluşunda gönüllülük yaptı. 2015 yılında Marmara Üniversitesi Almanca İşletme Enformatiği Bölümünden mezun oldu. Markaların dijital dünyada doğru şekilde yer alması için şirketlere ve üniversitelere sosyal medya ve LinkedIn eğitimleri verdi. Kurucu ortak olduğu Fabrikahane dijital ajansı firmalara dijital pazarlama konusunda hizmet verirken Home Sweet Home, BNI Türkiye, iyisahne.com gibi birçok markanın dijital pazarlama stratejisinin oluşturulmasında ve yönetilmesinde yer aldı. İrlanda'da Google Ads için çalıştıktan sonra Türkiye'ye dönüş yaparak Multiligo Agency'un kuruluşunda yer aldı. Dijital iş geliştirme alanında uzmanlaşan Barış Yaşbala, İhracatta dijital pazarlama ve yeni müşteriler bulma alanında da danışmanlık yapmaya devam etmektedir.

Fatma KORDU

23.07.1990 İstanbul doğumlu olan AĞCAGÜL öğrenimini Anadolu Üniversitesi Uluslararası İlişkiler bölümünde tamamladı. Daha önce 3 yıl boyunca İthalat -İhracat operasyon uzmanlığı, 4 yıl ise gümrük müşavirliğinde ihracat müşteri temsilcisi olarak çalıştı. İnovakademi de Devlet Destekleri koordinatörü olarak çalışmaya devam etmektedir.

Serhat ATİK

1993 yılında Denizli'de doğdu. Eğitim hayatını Denizli ve Ankara'da geçirdi. Lise eğitimini web tasarımı, üniversite eğitimini ise bilgisayar programcılığı alanında okudu. Halen Medya İletişimi bölümünü lisans programına devam etmektedir.

Bilgisayar programcılığı bölümünden mezun olduktan sonra, e-ticarete olan ilgisi nedeniyle, e-ticaretle ilgili alanda iş hayatına 2013 yılında başlamıştır. 2015 yılından itibaren e-ticaret yöneticiliği yapmaya başlamıştır. Bagaj havuzu, ev tekstili, moda, züccaciye, çanta ve kitap gibi birçok farklı sektörde e-ticaret ve e-ihracat yönetim tecrübeleri olmuştur. Gelişen teknoloji ve sektörel yenilikleri takip ederek, bilgi ve becerilerini sürekli olarak güncel tutmaya ve deneyimlediği her şeyi paylaşmayı düstur edinmiştir.

Sektörel deneyimlerinden, bilgi birikiminden ve aldığı eğitimlerden yola çıkarak, sektörel tecrübelerini paylaşmak için eğitimlik kariyerine adım atmıştır.

Cenk ÖNCEL

1989 yılından itibaren Gümrük Müşavirlik kartesi alarak mesleğe başlayan Cenk ÖNCEL, yıllar içerisinde gümrükleme ve lojistik alanlarında çeşitli görevlerde yerli ve yabancı sermayeli şirketlerine gümrükleme hizmeti vermiştir.

1998 yılında Doğa Gümrük Müşavirliği'ni, 2006 yılında Doğacı Sigorta'yı ve 2015 yılında Doğa Global Lojistik şirketlerini kurarak dış ticaret sektörüne gümrükleme ve lojistik alanında hizmet vermektedir. 32 yıllık bilgi ve deneyimini sektörle danışman ve eğitimlik olarak paylaşmaktadır.

Varol ÜNEL

Saint Benoit Fransız Erkek Lisesinden 1982 yılında Boğaziçi Üniversitesi İİB Fakültesi İşletme Bölümünden 1987 yılında mezun oldu.

Üniversite yıllarından itibaren Unimetal (Unifree) Duty Free İşletmeciliği A.Ş.'de değişik görevler üstlendi. 1987-1990 yılları arasında A.B.D. Purdue Üniversitesi'nde İşletme Master'ı yaptı. Dönünce bir süre daha Unimetal'de Satınalma Müdürü olarak çalıştı. Pak Gıda (Pakmaya) Dış Ticaret A.Ş.'de İhracat Bölge Müdürlüğü yaptı, 2000 yılında kendi işini kurarak Dış Ticaret konusunda çalışmaya devam etti. Çok uluslu firmalara yatırım danışmanlığı konusuna yoğunlaşarak Electrolux International (ABD) Türkiye satış ve pazarlama ağı kurulumunu gerçekleştirmiş, 2010-2013 yılları arasında da ABD'li Cummins firmasının İzmir Ege Serbest Bölgesi'ndeki fabrika yatırımını koordine etmiştir.

İstanbul'a döndükten sonra yöneticilik ve liderlik tecrübesini doğru bir ortama yönlendirmek amacıyla Yönetim Danışmanlığı ve Eğitim sektörüne geçiş yapma kararı aldı. Girişimci karakteri ve üst düzey yönetim tecrübesini, KOBİ'lerimizle gerçek dönüşümler başarmak için İnovakademi bünyesinde paylaşmaktadır.