

DIŞ TİCARET İSTİHBARAT UZMANI YETİŞTİRME PROGRAMI

HAFTA	DETAYLI İÇERİK	DERSTEKİ TASLAK ÖDEVLER	OKUNACAK KİTAPLAR VE MAKALELER
1.HAFTA (4 SAAT)	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? NOKTA ATIŞI İHRACAT, 4 ana modül HEDEF PAZAR ÇALIŞMASI HEDEF PAZAR MATRİSİ HAZIRLANMASI ○ Tabloların düşey ara ile bir araya getirilmesi ○ İstatistiklerin yorumlanması ○ Büyüyen pazarların ayrışması ○ Büyüyen pazarlardaki rakip ülkelerin tespiti ○ Rekabet şansımızın değerlendirilmesi	1.ÖDEV: Her katılımcı bir ürün belirleyecek ve GTİP numarası bulunacaktır. 2. ÖDEV: Belirlenen örnek için HEDEF PAZAR MATRİSİ hazırlanacaktır.	Uluslararası Pazarlama mı? İhracat pazarlaması mı?

	Hedef Pazar matrisi hazırlanması (örnek çalışma) (herkes derste yapılan örneği hazırlayacak)		
		Eğitmen tarafından araştırmalara not verilmesi.	Yaman Koç“Yeni Nesil Dış Ticaret İstihbaratı”, Kuzgun yayınevi,
2.HAFTA (4 SAAT)	MATRİSLERİN KONTROLÜ VE YORUMU ○ Türkiye’nin ürün bazında fiili ihracatı ○ Kaçırdığımız pazarlar ○ Yorumlama ve tartışma HEDEF PAZAR KRİTERLERİNİN BELİRLENMESİ (4 ana kriter) ○ HEDEF PAZAR ARAŞTIRMASININ HAZIRLANMASI ○ 8 TEMEL PARAMETREDE VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ ○ 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 imkân ve kabiliyetlerinin analiz içine alınması ve firmaya özgü bir Pazar araştırmasının hazırlanması ○ Yaklaşık 15 hedef pazarın belirlenmesi ○ SEÇİLEN HEDEF PAZARLARDAN DETAYLI ÜLKE ANALİZİ Örnek format üzerine görüşme ve uygulama	3. ÖDEV Hedef Pazar araştırmasının hazırlanması	
		Eğitmen tarafından araştırmalara not	Yaman Koç“Yeni Nesil Dış Ticaret İstihbaratı”, Kuzgun yayınları,

		verilmesi. Eksikliklerin bildirilmesi	"Dış Ticaret rekabet İstihbaratı"
HAFTA	DETAYLI İÇERİK	ÖDEVLER	OKUNACAK KİTAPLAR VE MAKALELER
3.HAFTA (4 SAAT)	- o SEÇİLEN HEDEF PAZARLARDA DETAYLI ÜLKE ANALİZİ - o Ülke genel durumu - o Politik durum - o Sektörel durum - o Rakiplerin analizi - o Gümrük vergileri, ticari engeller, Tarife dışı gereklilikler - o Lojistik olası çözümler - o Seçilen hedef pazarın içyapısının analizi için araştırmaların tespiti ve bulunması - o Hedef Bölgelerin tespiti - o Hedef ürünlerin tespiti - o Pazarın değerlendirilmesi /dağıtım ağının yapısı - o Yerel imalatçılar - o Yabancı rakipler - o Yeni ortaya çıkan bilgi gereksinimlerinin karşılanması - o Firmaların uygulama yapmaları ve bu uygulamaların tartışılması - o Pazarın değerlendirilmesi /dağıtım ağının yapısı - o Yerel imalatçılar - o Yabancı rakipler - o Pazara girişte olası engeller - o Standartların tespiti - o Büyüyecek alt sektörlerin tespiti - o Dağıtım ağı analizi Pazara giriş stratejisinin belirlenmesi Hazır Pazar araştırmalarının analiz teknikleri	4.ÖDEV: Hedef Pazar Araştırmasının tamamlanması ve yayına hazır hale getirilmesi.	"Büyük Veri" Viktor Mayer, Paloma Yayınları
4.HAFTA (4 SAAT)	FİRMA İSTİHBARAT ÇALIŞMALARI - o Hedef müşterilerin NACE ve SIC kodları bağlamında tespiti - o Önem sırasına göre sınıflandırılması - o Hedef rakiplerin istihbaratı - o Hedef müşterilerin istihbaratı	5. ÖDEV: SIC kodlarının tespiti ve önem sırasına göre dizilmesi	Sun Tzu- "Savaş Sanatı Üzerine",

- o Hedef müşterilerin süzülmesi - o Hedef müşterilerin yöneticilerinin belirlenmesi - o Hedef müşterilerin finansal ve risk analizlerinin yapılması - o HEDEF PAZARDA KULLANILACAK ARAÇLARIN VE VERİ KAYNAKLARININ SEÇİLMESİ - o Aktif araçların tespiti ve seçimi - o Pasif araçların tespiti ve seçimi - o Ülke için özel rehberlerin tespiti - o Diğer bilgi kaynakları - o Birincil veri Kaynakları - o İkincil veri kaynakları TİCARİ BİLGİ VE İSTİHBARAT KAYNAKLARI - o Bilgi kaynakları indeksleri ve kullanımları - o Rehber indekslerinin oluşturulması sistematiği - o Bilgi ve istihbarat veri tabanlarının oluşturulması - o Uygulama - o Hedef müşterilerin NACE ve SIC kodları bağlamında tespiti - o Önem sırasına göre sınıflandırılması - o Hedef rakiplerin istihbaratı - o Hedef müşterilerin istihbaratı - o Hedef müşterilerin süzülmesi - o Hedef müşterilerin yöneticilerinin belirlenmesi - o Hedef müşterilerin finansal ve risk analizlerinin yapılması UYGULAMA Örnek çalışmaların yapılması Gümrük kayıdı veren rehberler/ sitelerin analizi ve indekslenmesi Firma Bilgi kaynaklarının indekslenmesi 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	6. ÖDEV: bir ülkeden 6 tane firma indeksinin hazırlanması	TİCARİ BİLGİ KAYNAKLARI İNDEKSİ .
--	--	---

	FİNANSAL REHBERLERİN TESPİTİ VE UYGULAMA		
		Eğitmen tarafından araştırmalara not verilmesi. Eksikliklerin bildirilmesi.	
5.HAFTA (4 SAAT)	❖ PROJE VE İHALELER İLE SATIŞ TEKNİKLERİ VE TEDARİK ○ 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 İHRACAT SANATI İstihbarat-strateji-İletişim birliği FİRMALARLA İLETİŞİM TEKNİKLERİ ○ Strateji-İstihbarat-iletişim ○ STRATEJİ VE STRATEGEM ○ Temel stratejik ilkeler ve dış ticarete kullanımları ○ Stratejik prensipler ○ Stratejinin felsefesi ve kökleri ○ Strategemler ve karşı koyma teknikleri (36 strategem) ○ İletişimde kullanılan araçlar ve stratejik üstünlük yaratma ○ Aktif ve pasif araçların kullanımları ○ Firmalar bazında uygulamaların yapılması	7. ÖDEV: hedef Pazar için stratejik planın ve iletişim silahlarının konumlandırılması raporu 8. ÖDEV: İhale sorgulama (Avrupa) ve İhale sorgulama 9. ÖDEV: Tedarik için örnek çalışma hazırlanması.	36 STRATEGEM, Harro Von Senger

	İLETİŞİM SİLAHLARI VE KULLANIM ŞEKİLLERİ Seçilen Hedef Pazarlarda iletişim silahlarının konumlandırılması Firma süzme teknikleri Randevu ve ziyaret Stratejik üstünlük nasıl kazanılır?		
6.HAFTA (4 SAAT)	BAYİLİK SÖZLEŞMELERİ VE ÖNEMLİ NOKTALAR TÜM EĞİTİMİN GENEL DEĞERLENDİRMESİ EKSİKLİKLERİN TAMAMLANMASI	10. ÖDEV: BAYİLİK SÖZLEŞMESİ HAZIRLANMASI Ödevlerin değerlendirilmesi.	David Eagleman “İncognito , Beynin Gizli Hayatı,”
7. HAFTA	1. SINAV DIŞ TİCARET İSTİHBARAT SINAVI YAZILI ONLINE	1.SINAV: Dış ticaret İstihbarat sınavı, YAZILI. Eğitimci tarafından sınavların değerlendirilmesi ve not verilmesi.	
	SERTİFİKALARIN VE KARNELERİN HAK KAZANANLARA GÖNDERİLMESİ SERTİFİKA ALMAYA HAK KAZANMAYANLARA “KATILIM BELGELERİNİN” GÖNDERİLMESİ		

OKUNACAK ÖNEMLİ KİTAPLAR LİSTESİ

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