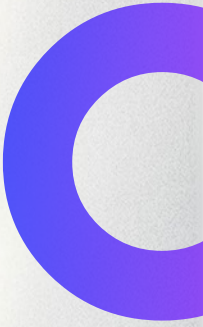


KURUMSAL İLETİŞİM VE MARKA YÖNETİMİ



içindekiler



01	02	03	04	05
Yönetici Notu	Eğitimin Yapısı ve Metodolojisi	Öğrenme Yöntemlerimiz	Programın Amacı	Hedef Kitle
06	07	08	09	10
Eğitim İçeriği	Ölçme ve Değerlendirme Süreci	Eğitmenler	Başarılı Olmanın İpuçları	Sıkça Sorulan Sorular

YÖNETİCİ NOTU



Değerli Eğitim Paydaşlarımız,

Eğitim, değişen dünyaya uyum sağlayabilmenin ve bireysel gelişimi sürdürülebilir kılmanın temel anahtarıdır. BAUPRO Eğitim Paradigması, yenilikçi ve esnek yaklaşımıyla, öğrenmeyi her birey için ulaşılabilir, etkili ve sürekli hale getirmeyi amaçlamaktadır.

Bu katalogda yer alan program, hibrit öğrenme modeli, bütüncül eğitim anlayışı ve yaşam boyu gelişim ilkeleri doğrultusunda tasarlanmıştır. Amacımız, bireylere sadece bilgi sunmak değil, öğrenmeyi kalıcı bir beceriye dönüştürerek onların kişisel ve profesyonel yolculuklarına değer katmaktır.

Öğrenmenin sınırlarını genişleten yenilikçi eğitim metotlarımız, katılımcılarımıza kendi hızlarında ve ihtiyaçlarına uygun şekilde gelişme imkânı sunarken, hibrit öğrenme modelimiz sayesinde çevrimiçi esnekliği ve yüz yüze etkileşimi dengeli bir şekilde bir araya getiriyoruz. Böylece öğrenme süreçlerini daha derinlemesine, etkileşimli ve verimli bir hale dönüştürüyoruz. Eğitim anlayışımız, bireylerin yalnızca bilgi edinmesini değil, aynı zamanda problem çözme, eleştirel düşünme ve etkili iletişim kurma gibi temel beceriler kazanmasını da desteklemektedir.

Sürekli öğrenme kültürünü teşvik eden modelimiz, bireysel gelişimi destekleyerek katılımcılarımızın kariyerlerine ve günlük yaşamlarına doğrudan katkı sunmayı hedeflemektedir. Bu hedefle eğitimde sürdürülebilirliği esas alarak, hızlı değişimlere uyum sağlayan ve kendini sürekli geliştiren bireyler için yenilikçi çözümler sunmaya devam ediyoruz.

Sizleri, BAUPRO'nun dinamik ekosisteminde yer almaya ve birlikte öğrenerek, gelişerek güçlü bir gelecek inşa etmeye davet ediyoruz.

Saygılarımızla,

Doç. Dr. Ergün Akgün
BAU Professional Müdürü

EĞİTİMİN YAPISI VE METODOLOJİSİ

Pedagojik Yaklaşımımız

BAUPRO eğitim paradigmamız, hibrit eğitim modeli, yaşam boyu öğrenme kültürü, kapsayıcı içerikler ve etkileşimli öğrenme süreçleri üzerine inşa edilmiştir. Katılımcıların öğrenme deneyimlerini en üst düzeye çıkarmak amacıyla esnek ve çok boyutlu bir model benimsemekteyiz. Bu kapsamda, çevrimiçi ve yüz yüze eğitimleri harmanlayan hibrit modelimiz, farklı öğrenme stillerine uyum sağlayarak her bireyin kendi hızında ilerlemesine olanak tanır.

Modelin temelini, öğrenme sürecini aktif hale getirerek teorik bilginin pratikle pekiştirilmesini sağlamak oluşturur. Çevrimiçi eğitimlerin sunduğu esneklik, katılımcılara kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimleri sunarken, yüz yüze etkileşimli ortamlar iletişim ve sosyal öğrenme fırsatlarını artırır. Böylece, öğrenme süreci pasif bir bilgi aktarımından öte, derinlemesine keşif ve uygulamaya dönüşür. Bu yaklaşım yalnızca mesleki gelişimi değil, aynı zamanda katılımcıların öz düzenleme becerilerini geliştirerek kişisel gelişimlerini de destekler.

Kapsayıcı içerikler, dinamik öğrenme yöntemleri ve etkileşimli araçlarla zenginleştirilen bu model, sürekli gelişim ve sürdürülebilir öğrenme anlayışını temel almaktadır.

Öğrenme Yöntemlerimiz

Hibrit Eğitim Model

Çevrimiçi (online) ve yüz yüze öğrenmeyi birleştiren bu model, bireysel öğrenme hızına uyum sağlar ve dijital araçlarla etkileşimli bir deneyim sunar.



1

2



Dinamik ve Etkileşimli Öğrenme

Gerçek senaryolar, vaka analizleri ve simülasyonlarla teorik bilginin pratiğe dökülmesini sağlar. Bu yöntemler, eleştirel düşünme ve problem çözme becerilerini geliştirirken, aktif katılımı teşvik eder.

İşbirlikçi Öğrenme

İşbirlikçi öğrenme, sosyal yapılandırmacı yaklaşımla desteklenerek, bireylerin kolektif bilgi üretimini teşvik eder. Bu süreç, takım çalışmasını ve sosyal etkileşimi artırarak öğrenme deneyimini güçlendirir.



3

4



Yansıtıcı Öğrenme ve Öz-Düzenleme

Katılımcıların kendi öğrenme süreçlerini bilinçli bir şekilde değerlendirmelerini sağlamak amacıyla öz-yansıtma ve değerlendirme gibi yansıtıcı öğrenme teknikleri kullanılır.

Eğitim Kalite Göstergeleri

Eğitim süreçlerinin kalitesini ve etkinliğini ölçmek amacıyla veri odaklı çok yönlü değerlendirme yöntemleri kullanılmakta, bu yöntemler sürekli gelişim ve öğrenme kalitesinin artırılmasına yönelik önemli veriler sunmaktadır.



5

PROGRAMIN AMACI



Eğitim Süresi Toplam: 42 saat



Bu program, katılımcıların kurumsal iletişim ve marka yönetimi alanlarında bütüncül ve stratejik bir bakış açısı kazanmalarını ve kurumların hedef kitleleriyle kurdukları iletişimi planlı, tutarlı ve sürdürülebilir biçimde yönetebilmelerini amaçlar. Program süresince katılımcılar; kurumsal itibar, marka algısı, iç ve dış iletişim, medya ilişkileri, kriz iletişimi ve dijital itibar yönetimi konularında bilgi edinir, vaka analizleriyle bu bilgileri uygular ve markanın uzun vadeli değerini yöneten, stratejik kararlar alabilen profesyoneller olarak gelişirler. Değişen iletişim ekosistemine hızla uyum sağlayabilirler.



HEDEF KİTLE

Markaların iletişim ve itibar süreçlerini stratejik, tutarlı ve sürdürülebilir biçimde yönetebilecek profesyonellere hitap eder. Programa katılabilmek için en az lisans mezunu olmak ve / veya kurumsal iletişim ve pazarlama alanlarında en az 2 yıl çalışmış olmak gerekir.

- Kurumsal iletişim, marka ve pazarlama alanlarında görev yapan profesyoneller.
- Halkla ilişkiler, medya ilişkileri ve dijital iletişim alanlarında çalışan uzmanlar.
- Kurumlarında orta ve üst düzey yönetim pozisyonlarında bulunan yöneticiler.
- İnsan kaynakları ve işveren markası süreçlerinde görev alan ekipler.
- Kriz yönetimi ve kurumsal itibar yönetimi alanlarına ilgi duyan profesyoneller.
- Girişimciler, şirket sahipleri ve iletişim/marka danışmanları.

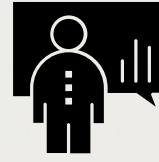
BECERİ SETİ



Stratejik İletişim
Planı Oluşturma



Marka Algısını
Tutarlı Şekilde
Yönetebilme



Kurumsal İtibar
Risklerini Öngörme
ve Yönetme



İç ve Dış Paydaşlarla
Etkili İletişim
Kurabilme



Kriz Anlarında
Doğru Mesaj ve
Kanal Yönetimi



Dijital Ortamda
Marka İtibarını
Güçlendirme



Medya ve Paydaş
İlişkilerini Profesyonelce
Yürütme



Marka Mesajlarını
Stratejik ve Net Biçimde
Kurgulama



İletişim Performansını
Ölçme ve Yorumlama



Marka Değerini
Uzun Vadeli Bakış
Açısıyla Yönetme

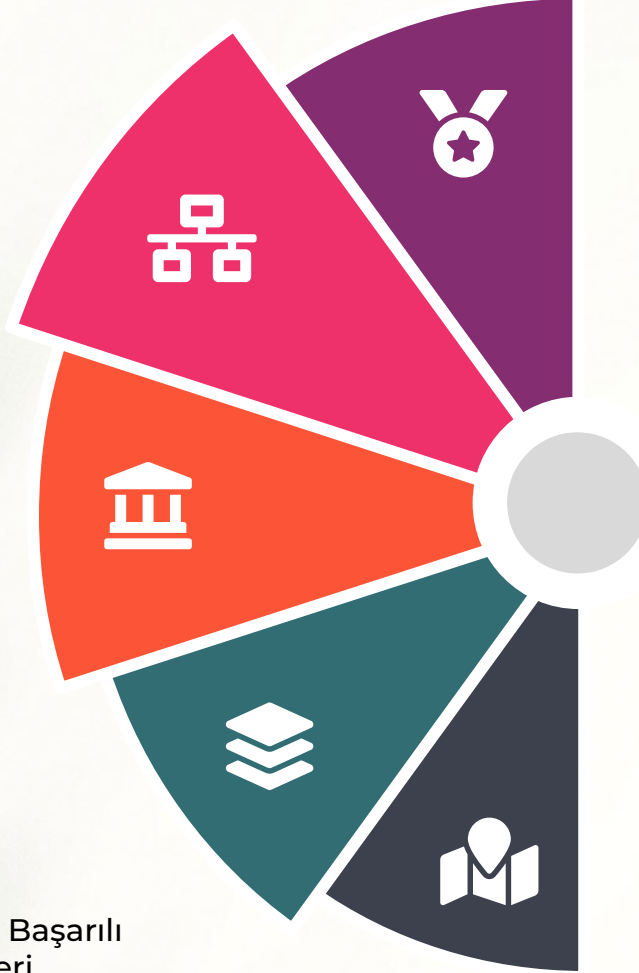
Tüketici Markasından İşveren Markasına Geçiş ve Stratejik Yaklaşım

Çalışan Değer Önermesi, Marka Vaadi ve Algı Yönetimi

Kurum Kültürü, Değerler ve Marka Elçiliği

Herkesin Çalışmak İsteyeceği Kurum Kültürünü Oluşturmak

Global Markalarda Yerelleşme: Başarılı ve Başarısız Uygulama Örnekleri



İşveren Markası & İç İletişim



Süre: 6 Saat

Bu modül, kurumların tüketici markasından işveren markasına uzanan dönüşüm sürecini ele alarak; çalışan deneyimi, kurum kültürü ve değerler üzerinden güçlü ve sürdürülebilir bir işveren markası oluşturabilmeleri için gerekli stratejik yaklaşımları kazandırmayı amaçlamaktadır. Katılımcıların, işveren markasının yetenek yönetimi, çalışan bağlılığı ve kurumsal itibar üzerindeki etkisini kavramaları hedeflenmektedir.

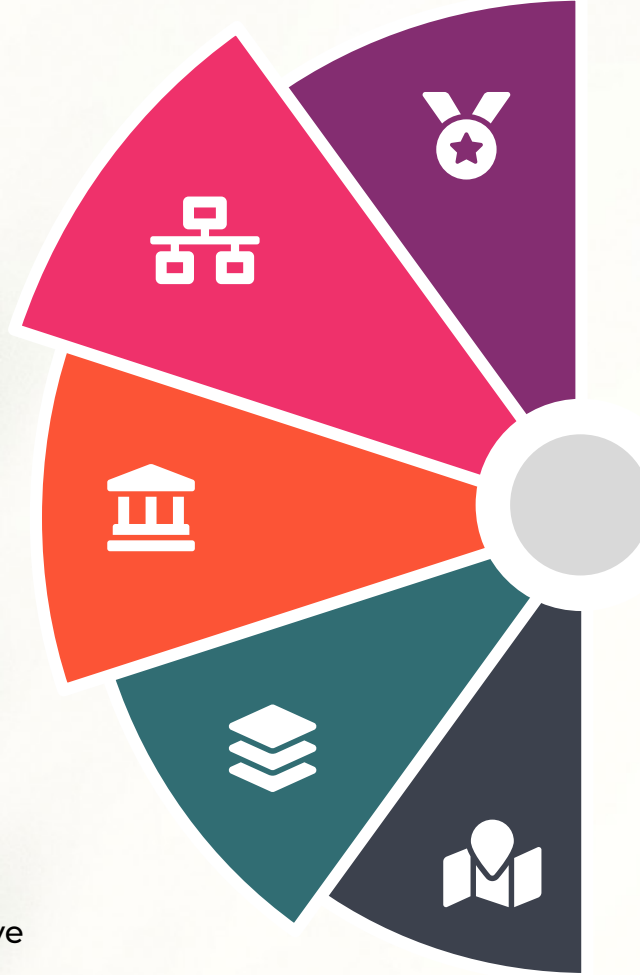
Kurumsal İletişimin Tanımı,
Önemi ve Stratejik Rolü

Kurumsal İletişim Modelleri
ve İletişim Prensipleri

İletişim Türleri ve Kurum
İç-Dış İletişim Engelleri

Kurumsal İmaj ve
İtibar Yönetimi

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve
Sürdürülebilir İtibar



Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi



Süre: 6 Saat

Bu modül, kurumsal iletişimin temel kavramlarından başlayarak; kurum imajı ve itibarının stratejik bir değer olarak nasıl inşa edileceğini, uzun vadede nasıl korunup sürdürüleceğini ve farklı iç ve dış paydaşlar nezdinde tutarlı, güvenilir ve etkili bir iletişim yaklaşımıyla nasıl yönetileceğini, güncel örnekler ve stratejik perspektif eşliğinde kapsamlı biçimde ele almayı amaçlamaktadır.

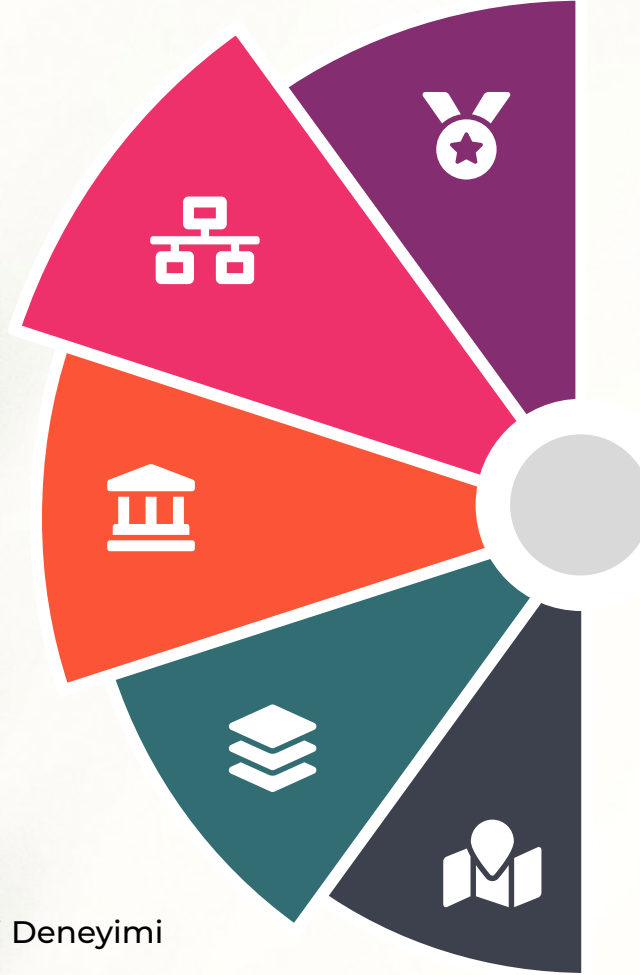
Pazarlamanın Temelleri ve Pazarlama Karması (4P)

Pazarlama Stratejisi Geliştirme, Analiz ve Araştırma Araçları

CRM Yaklaşımı, Müşteri Veri Yönetimi ve Segmentasyon

Satış Yönetimi, Müşteri Yaşam Döngüsü ve Sadakat

Omnichannel İletişim, Müşteri Deneyimi ve Pazarlama Otomasyonu



Kurumsal İletişim Profesyonelleri İçin Pazarlamanın Temelleri ve CRM



Süre: 6 Saat

Bu modül, kurumsal iletişim profesyonellerinin pazarlama bakış açısını güçlendirmeyi; veri odaklı yaklaşımlar, müşteri deneyimi yönetimi ve CRM sistemleri üzerinden hedef kitleyi daha derinlemesine analiz edebilmelerini, temas noktalarını etkin biçimde yönetebilmelerini ve ölçülebilir, tutarlı ve bütüncül iletişim stratejileri geliştirebilmelerini amaçlamaktadır.

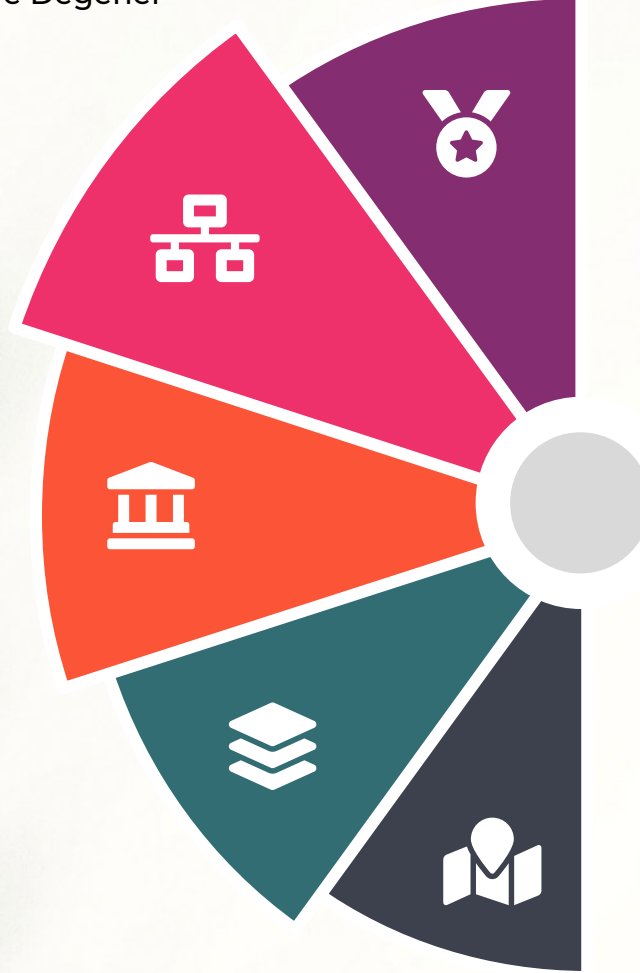
Marka Kavramı: Kimlik, Kişilik ve Değerler

Marka Yaratma Süreci ve Stratejik Konumlandırma

Hedef Kitle Odaklı Marka Stratejileri Geliştirme

Marka İletişimi ve Mesaj Yönetimi

Marka Değeri Ölçümü ve Güçlendirme Yaklaşımları



Marka Yönetimi ve Stratejileri



Süre: 6 Saat

Bu modül, markanın stratejik bir değer olarak ele alınmasını sağlayarak; marka kimliği, marka konumlandırması ve iletişim süreçlerinin kurumun uzun vadeli hedefleriyle uyumlu, hedef kitle beklenti ve içgörülerini gözetken, tutarlı, sürdürülebilir ve ölçülebilir bir yaklaşımla planlanmasını, uygulanmasını ve etkin biçimde yönetilmesini amaçlamaktadır.

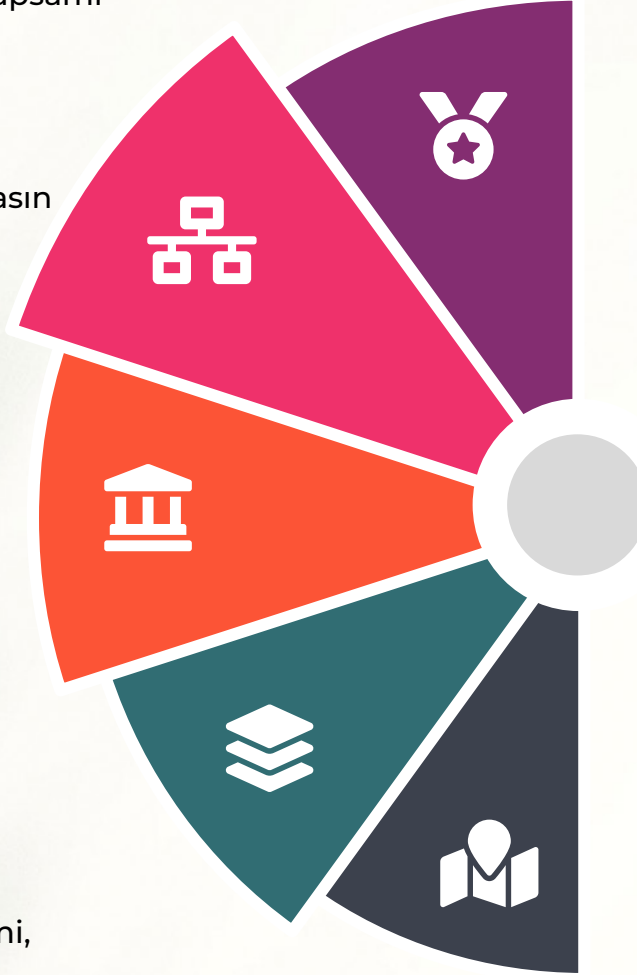
Medya İlişkilerinin Önemi ve Kapsamı

Basın Araçları: Basın Bülteni, Basın Kiti ve Medya Organizasyonları

Kurumsal Yayınlar, Kurumsal Reklam ve Görsel İletişim

Kurumsal Yayınlar, Kurumsal Reklam ve Görsel İletişim

Etkinlik ve Sponsorluk Yönetimi, Organizasyon Planlaması



Medya İlişkileri ve Halkla İlişkiler, Etkinlik Yönetimi



Süre: 6 Saat

Bu modül, kurumların medya ile kurdukları ilişkileri profesyonel ve stratejik bir bakış açısıyla yönetmelerini; halkla ilişkiler yazımı, kurumsal yayınlar ve etkinlik yönetimi süreçleri aracılığıyla marka mesajlarını doğru kanallarda, doğru içeriklerle iletmelerini ve marka görünürlüğü ile kurumsal güvenilirliği sürdürülebilir biçimde artırmalarını amaçlamaktadır.

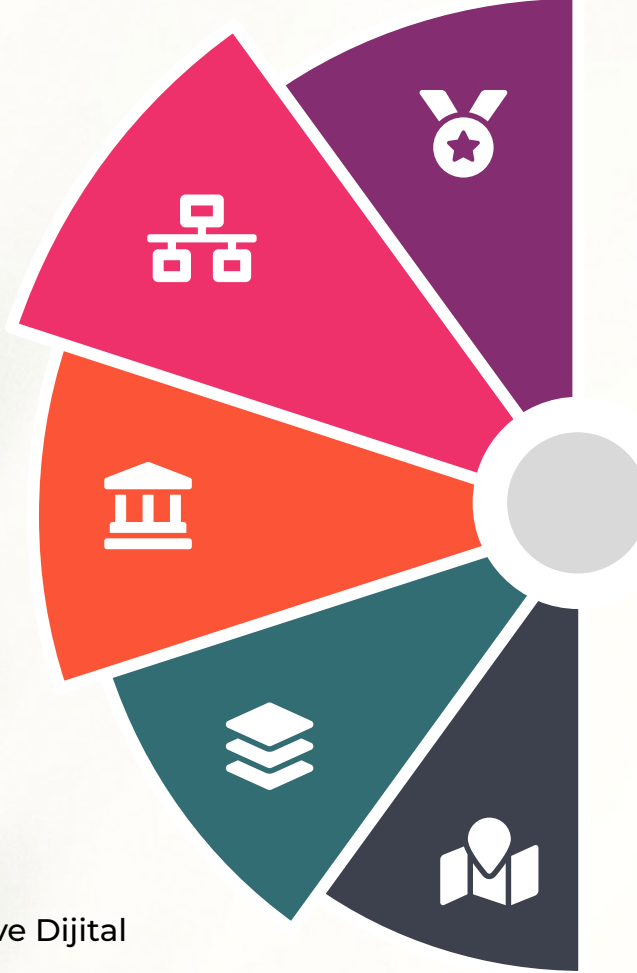
Dijital Çağda Kurumsal İletişim ve
Dijital İletişim Yapıları

Kurumsal Kimlik, Dijital İmaj
ve Online Konumlandırma

Dijital İtibar Yönetimi ve
Krizlere Müdahale

Marka Hikayesi, İçerik Stratejisi
ve Sosyal Medya Yönetimi

Influencer, İş Birliği Modelleri ve Dijital
Büyüme Stratejileri



Online Ortamda Kurumsal İletişim, Marka Yönetimi ve Dijital Strateji Yönetimi



Süre: 6 Saat

Bu modül, dijital çağda kurumsal iletişim ve marka yönetiminin nasıl kurgulanması gerektiğini ele alarak; kurumların online varlıklarını çok kanallı bir bakış açısıyla stratejik, tutarlı ve sürdürülebilir biçimde yönetmelerini, dijital itibarlarını güçlendirmelerini ve hedef kitleyle etkileşimi artıran etkili, güvenilir ve bütüncül bir dijital iletişim dili oluşturmalarını amaçlamaktadır.

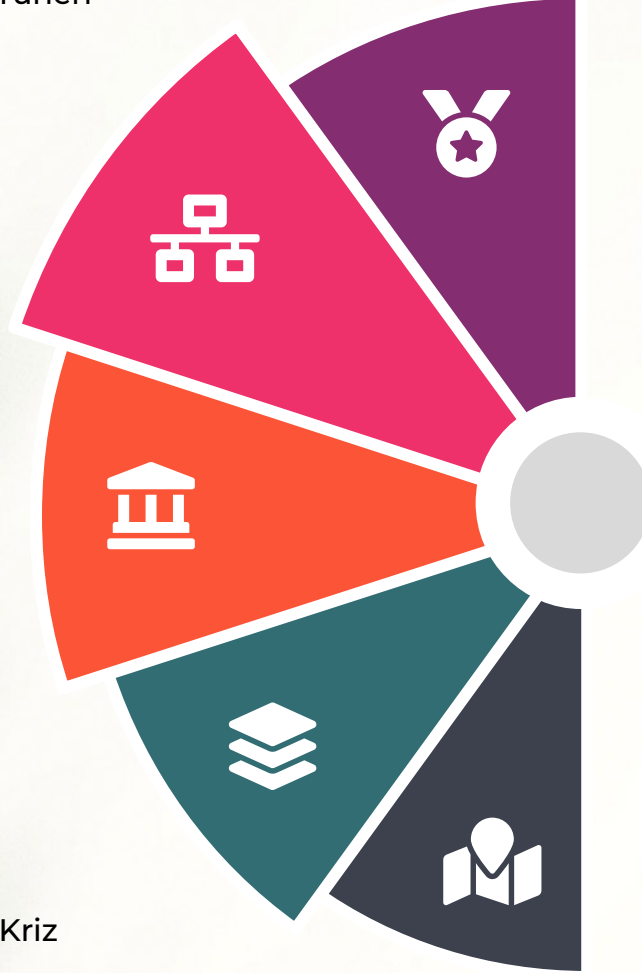
Kriz Yönetimi Süreçleri ve Kriz Türleri

Kriz Yönetimi Programlarının Planlanması

Reaktif ve Proaktif Kriz İletişimi Stratejileri

Kriz Sonrası Online İtibarın Yeniden İnşası

Vaka Analizleri ve Uygulamalı Kriz Senaryoları



Kriz Yönetimi ve Kriz İletişimi



Süre: 3 Saat

Bu modül, kurumların çevrim içi ve çevrim dışı ortamlarda ortaya çıkabilecek krizlere hızlı, kontrollü ve stratejik biçimde müdahale edebilmelerini; kriz öncesi hazırlık, kriz anı iletişimi ve kriz sonrası değerlendirme süreçlerini doğru iletişim yaklaşımlarıyla yöneterek marka itibarını koruma, güçlendirme ve gerektiğinde yeniden inşa etme becerisi kazanmalarını amaçlamaktadır.

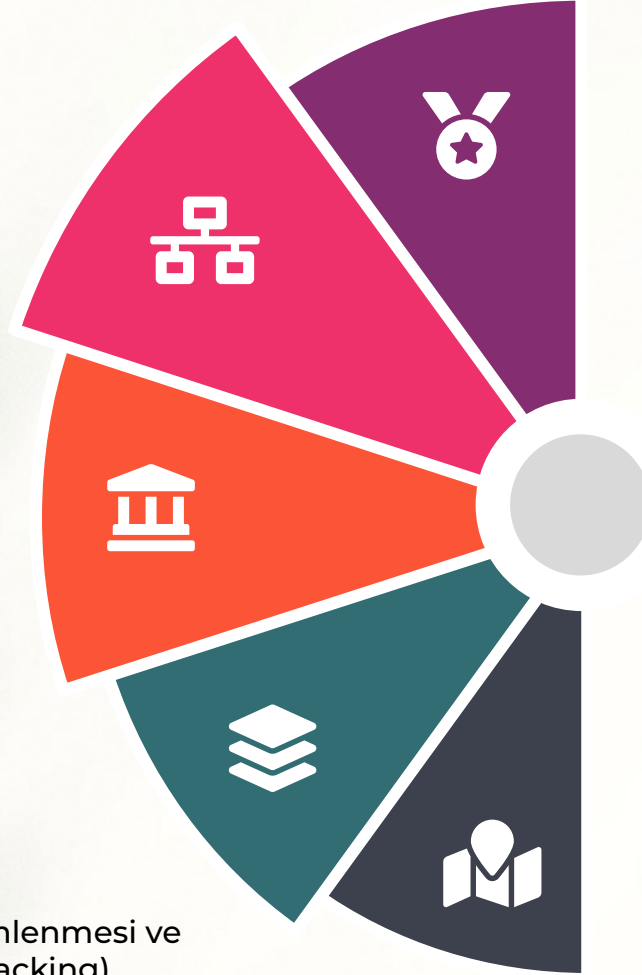
360 Derece Pazarlama Yaklaşımı ve
Medya Planlama Kurgusu

Medya Planlama Öğeleri ve
Stratejik Kapsamı

Mecra Seçimi, Hedefleme
ve Zamanlama Stratejileri

Bütçeleme, Marka Kimliği ve
Jenerasyon Bazlı İletişim

İletişim Performansının Ölçülmesi ve
Analizi (Rating, Monitoring, Tracking)



Medya Planlama



Süre: 3 Saat

Bu modül, markaların iletişim hedefleri doğrultusunda medya yatırımlarını stratejik ve bütüncül bir bakış açısıyla optimize edebilmelerini; doğru mecra karması, hedef kitle segmentasyonu ve zamanlama kararlarıyla iletişim çalışmalarının erişim, etki ve yatırım geri dönüşünü artırarak ölçülebilir, veriye dayalı ve uzun vadede sürdürülebilir hale getirmelerini amaçlamaktadır.

ÖĞRETİM KADROMUZ



Reyhan Çelik

1974 yılında İstanbul'da doğan Reyhan Çelik, eğitim hayatı Galatasaray Lisesi ve İstanbul Üniversitesi İngilizce İktisat Bölümü'nde başlamıştır. Yapı Kredi MT yıllarından sonra UC Berkeley'de Pazarlama Eğitimi alarak kendini geliştirmiştir. Türkiye'ye döndüğünde e-ticaret sektörüne geçiş yapmış ve aynı dönemde burslu olarak Yeditepe Üniversitesi'nde E-business ve Management derecelerini yüksek onur derecesi ile tamamlayarak MBA yapmıştır. Halen aynı üniversitede Pazarlama Doktora Programına devam etmektedir.

1997 yılından beri YKB, Arçelik, E-kolay, Doğan Gazetecilik, Yellow Pages, Galatasaray Spor Kulübü ve Gittigidiyor gibi birçok kurumsal firmada pazarlama üst düzey yöneticisi olarak görev almıştır. E-ticaret ve Dijital Pazarlama ana uzmanlık alanlarıdır. Şu anda birçok farklı kurumda e-ticaret ve dijital pazarlama konularında danışman olarak görev yapmaktadır. Ayrıca farklı üniversite ve kurumlarda yönetim ve pazarlama konularında eğitimler vermektedir.

Felsefe, psikoloji, fütürizm ve müzik ilgi alanları olup, amatör tiyatro ve müzik çalışmalarına devam etmektedir. Galatasaray Spor Kulübü ve Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi üyesidir.



Reha Tartıcı

Reha Tartıcı, üniversite eğitimini İktisat Fakültesi'nde tamamlamıştır. Uzun yıllar Medya Pazarlama ve Pazar Araştırma sektörlerinde üst düzey yöneticilik görevleri icra etmiş olan Tartıcı, hali hazırda Kutadgu ve Zeta Danışmanlık şirketlerinde 'Kıdemli Medya ve İletişim Danışmanı', dört sene Pazarlama Grup Başkanlığı görevini yürüttüğü Element Eğitim Teknolojileri Şirketinde de 'Yönetim Danışmanı' olarak çalışmalarına devam etmektedir.

Tartıcı, önceki yıllarda; Element Eğitim Teknolojileri'nde Pazarlama Grup Başkanı, CNR Holding'de Pazarlama ve İletişim Grup Başkanı ve eş zamanlı olarak Holding Sözcüsü, Konsensus Araştırma ve Danışmanlık Şirketinde Yönetici Ortak, Star TV'de Yönetmen, CNBC-E'de Teknik İşletme Müdürü ve İcra ve Yayın Kurulu Üyesi, NTV'de Teknik İşletme Müdürü ve İcra Kurulu Üyesi, ATV televizyonunda Yönetmen olarak görevler almıştır.

Tartıcı, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu'nda on yıl boyunca uzmanlık alanıyla ilgili dersler, Galatasaray Üniversitesi ve Okan Üniversitesi'nde de uzmanlık alanıyla ilgili seminerler ve konferanslar vermiş olup, bu süre içerisinde ayrıca Alem FM'de 'Reha Tartıcı ile EKSEN' programının yapımcılığı ve sunuculuğu görevlerini de icra etmiştir.

Halen çeşitli dergilerde köşe yazarlığı yapmakta olup, Bahçeşehir Üniversitesinde master seviyesinde dersler vermektedir.

ÖLÇME-DEĞERLENDİRME SÜRECİ

BAUPRO eğitim paradigmamız doğrultusunda, ölçme ve değerlendirme sürecimiz katılımcıların yalnızca bilgi edinimini değil, kendi öğrenme deneyimlerini de değerlendirmelerini sağlayan çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Bu süreç, hibrit öğrenme modeli ve holistik yaklaşımı esas alarak katılımcıların eğitim deneyimlerini en üst seviyeye çıkarmayı amaçlamaktadır.

Bireysel Öğrenme Değerlendirmesi

Katılımcılar, gelişim alanlarını belirleyerek öğrenme süreçlerini objektif bir bakış açısıyla değerlendirme fırsatı bulur.

Öğrenme Kazanımlarının Ölçülmesi

Katılımcıların öğrenme kazanımlarını hangi düzeyde edindiğini değerlendirmek amacıyla sınavlar, ödevler ve quizler gibi çeşitli ölçme yöntemleri uygulanır.

Genel Memnuniyet ve Geliştirme Alanları

Katılımcıların genel memnuniyeti ve önerileri, programın sürekliliğini ve gelişimini sağlamak için kritik bir rol oynamaktadır. Eğitimlerin etkinliğini artırmak ve daha verimli bir öğrenme ortamı oluşturmak için bu geri bildirimler dikkate alınmaktadır.



Eğitim Programı ve İçeriğin Değerlendirilmesi

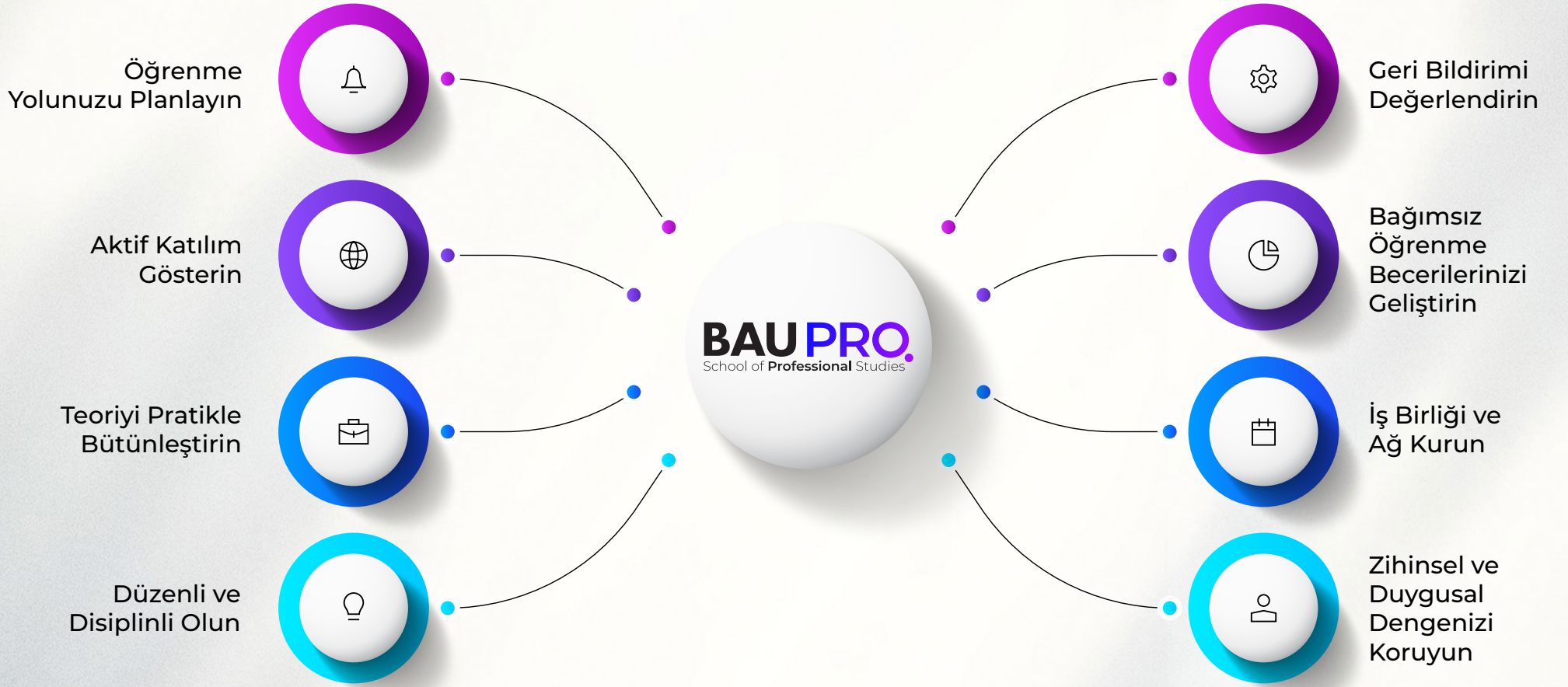
Katılımcı geri bildirimleri doğrultusunda program içeriği sürekli geliştirilerek, beklentilere uygun hale getirilir.

Eğitmen Değerlendirmesi

Katılımcılar, eğitmenlerin anlatım yöntemleri, konuları sunma biçimi ve öğrenme deneyimlerine katkısı hakkında geri bildirim sağlayarak, eğitmenlerin sürekli gelişimlerine destek olurlar.

BAŞARILI OLMANIN İPUÇLARI

BAUPRO'nun sunduğu hibrit ve esnek eğitim modeli, bireysel öğrenme hızınıza ve ihtiyaçlarınıza uyum sağlar. Hibrit öğrenme modeli ve yaşam boyu öğrenme felsefesi doğrultusunda başarılı olmak için aşağıdaki ipuçlarını uygulayabilirsiniz:



SIKÇA SORULAN SORULAR

1- BAUPRO'da eğitimler çevrimiçi mi yüz yüze mi?

BAUPRO eğitim modeli, hibrit öğrenme yaklaşımına dayanmaktadır. Bu model, hem çevrimiçi (online) hem de yüz yüze eğitimlerin bir kombinasyonunu sunarak, katılımcılara esneklik sağlamaktadır. Programın detayları ve hangi eğitimlerin hangi formatta sunulduğu ilgili eğitim sayfasında belirtilmiştir.

2- Eğitimlere nasıl kaydolabilirim? Son kayıt ve ödeme tarihi nedir?

Eğitimlere kaydolmak için aşağıdaki adımları takip edebilirsiniz:

1. İlgili eğitim sayfasına gidin.
2. "Bireysel Olarak Başvur" butonuna tıklayın.
3. Ödemenizi online olarak güvenli bir şekilde gerçekleştirin.

Son Kayıt Tarihi: Eğitimlerin kayıt süreci, eğitim başlamadan bir gün önce, saat 15.30'da sona ermektedir.

Ödeme Süresi: Kayıt işleminizin tamamlanabilmesi için ödemenizin son kayıt tarihine kadar yapılmış olması gerekmektedir.



SIKÇA SORULAN SORULAR

3- Üyelik veya ödeme işlemlerinde sorun yaşıyorum, ne yapmalıyım?

Web sitemizde üyelik, kayıt veya ödeme işlemleri sırasında herhangi bir sorun yaşamanız durumunda, aşağıdaki iletişim kanallarından destek alabilirsiniz:

E-posta: Sorununuzu detaylı bir şekilde açıklayarak bausem@bau.edu.tr adresine e-posta gönderebilirsiniz.

Telefon: Doğrudan destek almak için; 0212 3815934 - 0212 3815940 - 41 ya da 0212 3815793 numaralı telefonlardan ya da 0537 3089979 numaralı WhatsApp hattı üzerinden BAUPRO ile iletişime geçebilirsiniz.

4- Eğitimlere katılım için teknik gereksinimler nelerdir?

Eğitimlere kesintisiz ve verimli bir şekilde katılabilmek için aşağıdaki teknik gereksinimlerin sağlanması önerilir:

- İnternet Bağlantısı: Minimum 10 Mbps hızında kararlı bir internet bağlantısı gereklidir. Daha yüksek hızlar, kesintisiz bir deneyim sunar.
- Cihaz Seçimi: Eğitimlere bilgisayar, tablet veya akıllı telefon üzerinden katılım mümkündür. Ancak, daha verimli bir deneyim için bilgisayar kullanımı tavsiye edilir.
- Ses ve Görüntü Ekipmanları: Net bir iletişim sağlamak için mikrofon ve kulaklık kullanılması önerilir. Bazı eğitimlerde kameranın açık olması zorunlu tutulabilir.
- Güncel Yazılım: Microsoft Teams ve eğitim materyallerinin sorunsuz çalışabilmesi için güncel bir işletim sistemi ve web tarayıcısı kullanılması önerilir.

Bu gereksinimlerin sağlanması, eğitim sürecinden maksimum verim almanıza yardımcı olacaktır.



SIKÇA SORULAN SORULAR

5- Eğitimlere hangi program üzerinden bağlanacağım ve nasıl hazırlık yapmalıyım?

1. Microsoft Teams uygulamasını indirin ve kurun: Eğitimlere bilgisayar, tablet veya cep telefonunuz üzerinden katılabilirsiniz. Uygulamayı cihazınıza indirmek için aşağıdaki bağlantıyı kullanabilirsiniz:
<https://www.microsoft.com/tr-tr/microsoft-teams/download-app#desktopAppDownloadregion>
 2. Giriş yapın: Kurulum tamamlandıktan sonra, eğitim sırasında kullanacağınız ve size daha önce iletilen link ile Microsoft Teams üzerinden derse katılın.
 3. Bağlantıyı kontrol edin: Eğitime başlamadan önce internet bağlantınızı ve ses/görüntü ekipmanlarınızı test ederek herhangi bir teknik aksaklık yaşamamak için önlem alın.
- Bu adımları tamamladıktan sonra, size iletilecek eğitim bağlantısı üzerinden oturumlara kolayca katılabilirsiniz.

6- Hangi programlarda sertifika, hangilerinde katılım belgesi alabilirim? şartlar nelerdir?

• Katılım Belgesi

42 saatten kısa süreli programlar için en az %80 devam koşulu aranmakta olup başka bir şart bulunmamaktadır. Katılım Belgesi, Merkez Müdürü tarafından imzalanmaktadır.

• Başarı Sertifikası

42 saat ve üzeri programlarda başarı sertifikası alabilmek için %80 devam koşulunun yanı sıra eğitim sonunda yapılan sınav veya proje ödevinden en az 70 puan alma şartı vardır. Sertifika, Merkez Müdürü ve Rektör tarafından imzalanmaktadır.

• Katılım Sertifikası

42 saat ve üzeri programlara katılan ancak sınav veya proje ödevinden 70 puan altında kalan, sınava girmeyen veya proje teslim etmeyen katılımcılara verilir. Bu sertifika, Merkez Müdürü ve Rektör tarafından imzalanmaktadır.

%80 devam şartını karşılamayan veya sınava/projeye katılmayan katılımcılara yalnızca Katılım Belgesi verilir. Devam oranı %49'un altında katılımcılara ise hişbir belge verilmemektedir.



BAU PRO.
School of **Professional** Studies