

KAPASİTE GELİŞTİRME EĞİTİMLERİ

STK'LAR İÇİN
DİJİTAL BECERİLER
ATÖLYESİ
ETKİ RAPORU

20
25

KAPASİTE GELİŞTİRME EĞİTİMLERİ STK'LAR İÇİN DİJİTAL BECERİLER ATÖLYESİ ETKİ RAPORU

İLKE Vakfı Adına Sahibi: Ahmet Sait Öner

Eğitim Tasarımı ve Organizasyonu: Büşra Arslan

Etki Analizi ve Raporlama: Elif Akkuş

Tasarım: Mediha Demirden

Katkıda Bulunanlar: Fatih Yaman, Elyesa Koytak,

Mehtap Nur Öksüz, Kenan Dursun, Ebrar Bayrak, Fatmanur Uygun

Sivil Toplum Akademisi (STA), 2026



Sivil Toplum Akademisi (STA) tarafından hazırlanmıştır. STA, sivil toplumun kapasite, üretim ve iletişim kabiliyetlerine yönelik odak çalışmalar yapmaktadır.

Adres: Aziz Mahmut Hüdayi Mah. Türbe Kapısı Sk. No: 13 Üsküdar/ İstanbul Telefon: +90 216 532 63 70 E-posta: sta@ilke.org.tr Web: ilke.org.tr/sta

© Tüm hakları saklıdır. İLKE İlim Kültür Eğitim Vakfı'nın yazılı izni olmadan bu eserin hiçbir kısmı elektronik ya da mekanik yollarla çoğaltılamaz. Yazıda belirtilen görüşler yazara aittir ve İLKE İlim Kültür Eğitim Vakfı'nı bağlamaz.

İÇİNDEKİLER

Giriş	3
Dijital Beceriler Atölyesi Hakkında	9
Eğitim Modülleri	10
Modül 1: Dijital Medya Stratejisi, Planlama ve Araçlar	10
Modül 2: E-Posta Temelli Bülten Yayıncılığı	12
Modül 3: Dijitalde Etkili Kampanya Süreçleri	14
Modül 4: Etkili Meta Kullanımı ve Güvenlik	16
Modül 5: STK'larda Yapay Zeka Araçlarının Kullanımı	18
Modül 6: Sosyal Medya Yönetimi	20
Sonuç	22



SİVİL TOPLUM AKADEMİSİ

Sivil Toplum Akademisi (STA), sivil toplumun konuları, sorunları ve ihtiyaçlarına odaklı bilgi üretir ve bu bilgiyi paylaşmayı hedefler. STA, eğitim, araştırma ve raporlama çalışmalarıyla sivil toplumun gelişimine katkı sağlar; aynı zamanda ürettiği projeler ve düzenlediği etkinliklerle sivil toplum kuruluşlarının kapasite, üretim ve iletişim becerilerini güçlendirir.

STA, 2017 yılında Kurumsal Yönetim Akademisi (KYA) adıyla kurulmuş ve sivil toplum alanında faaliyet gösteren kuruluşların kurumsal, yönetsel ve insan kaynağı kapasitelerini geliştirmeye odaklanmıştır. 2021 yılında Sivil Toplum Akademisi (STA) adını almış, STK'ların kurumsal gelişimlerinin yanı sıra Türkiye'de sivil düşünce ve faaliyet alanının gelişmesine katkı sunacak özgün modeller üretmeye yönelmiştir.

STA, sivil toplum alanındaki gelişmeleri sürekli izler, ihtiyaçları tespit eder ve bu ihtiyaçlara yönelik özgün model önerileri geliştirir. Eğitim, proje ve etkinliklerle STK'ların kurumsal gelişim süreçlerini destekler; araştırma ve raporlamayla akademik bilgi üretir; yayın faaliyetleriyle de sivil toplum alanındaki birikimi görünür hâle getirir ve kalıcı çıktılara dönüştürür.



STA'yı ziyaret edin!

KAPASİTE GELİŞTİRME EĞİTİMLERİ (KGE) HAKKINDA

STK'ların etkin, sistematik ve verimli bir işleyişe kavuşmalarını destekleyip kurumsal gelişimlerine katkı sunmak amacıyla; teori ile pratiği birleştiren, sınırlı kontenjanla, uygulama odaklı ve yoğun eğitimler düzenliyoruz. Kapasite geliştirme eğitimlerimiz kapsamında; stratejik planlamadan kampanya hazırlığına, temel proje yazımından, uluslararası raporlamaya kadar pek çok teknik konuyu ele alıyoruz. Aynı zamanda dijital iletişim, sosyal girişimcilik ve otantik liderlik gibi yetkinliklere odaklanıyoruz. Kurumsal iletişim, gönüllü yönetimi ve organizasyonel yapılanma gibi geniş bir yelpazede sunduğumuz bu eğitimleri, sivil toplum profesyonelleri, yöneticileri ve gönüllüleriyle buluşturarak sivil toplumun toplumsal etkisini birlikte artırmayı hedefliyoruz.



GİRİŞ

Dijital Beceriler Atölyesi Etki Analizi Raporu; “STK’larda Dijital Beceriler” eğitimi kapsamında sunulan içeriklerin katılımcılar üzerindeki etkisini; bilgi, beceri ve davranış değişikliği boyutlarıyla analiz ederek, programın kurumsal kapasiteye sağladığı katma değeri verilerle ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Sivil Toplum Akademisi tarafından düzenlenen Dijital Beceriler Atölyesi kapsamında, katılımcıların eğitim öncesindeki bilgi, farkındalık ve yetkinlik düzeylerini değerlendirmek amacıyla bir ön test uygulanmıştır. Bu test ile katılımcıların dijital medya kullanımı, strateji geliştirme, sosyal medya yönetimi, e-bülten üretimi, kampanya tasarımı ve yapay zeka farkındalığı gibi başlıklarda mevcut durumları analiz edilmiştir. Analiz sonuçları, eğitim içeriklerinin hedef odaklı tasarlanmasına ve etki analizine zemin hazırlamak üzere yapılandırılmıştır.

Atölyede Neler Yapıldı?

				
114 başvuru	23 sivil toplum kuruluşu	28 katılımcı	36 saat yüz yüze atölye	5 saat online webinar

DİJİTAL BECERİLER ATÖLYESİ HAKKINDA

NEDEN DİJİTAL BECERİLER?

Kapasite Geliştirme Eğitimi programı, 15 Nisan - 27 Mayıs 2025 tarihleri arasında sivil toplum kuruluşlarının dijital medya kapasitelerini güçlendirmek ve dijital dünyada etkili, sürdürülebilir bir varlık göstermelerini sağlamak amacıyla düzenlenmiştir. Günümüzde dijital mecralar yalnızca birer iletişim aracı değil, aynı zamanda iş birliği kurmanın, görünürlük kazanmanın ve toplumsal etkiyi artırmanın temel bir unsurlarından biri haline gelmiştir. Bu doğrultuda hazırlanan program, katılımcıların dijital araç ve platformları daha verimli ve yenilikçi biçimde kullanmalarına yönelik kapsamlı bir destek sunmaktadır.

Programın nihai hedefi, her bir katılımcının kendi kurumunun dijital medya stratejisini kurgulayabilecek bilgi ve beceri düzeyine ulaşmasını sağlamaktır. Bu süreç sonunda katılımcıların, hem bireysel dijital yetkinliklerini geliştirmeleri hem de kurumlarının dijital dönüşüm süreçlerine liderlik edebilecek bir donanıma erişmeleri hedeflenmiştir. Bu atölye çalışması; sivil toplum alanında dijitalleşmenin artık bir gereklilikten ziyade temel bir standart olduğuna dikkat çekerek, kapsamlı ve sürdürülebilir bir gelişim fırsatı sunmaktadır.

EĞİTİM PROGRAMI HAKKINDA

Kapasite Geliştirme Eğitimi programı, 6 oturumdan oluşan 36 saatlik yüz yüze eğitim ve 5 saatlik webinar etkinliğiyle, atölye formatında tasarlanmıştır. Webinar programı aracılığıyla katılımcıların, alanda deneyimli uzmanların tecrübelerinden faydalanmaları ve uygulamaya dönük örnekleri incelemeleri hedeflenmiştir. Böylelikle teorik bilgi, pratik deneyimlerle desteklenerek kalıcı bir öğrenme süreci inşa edilmiştir.



Eğitim Modülleri

Başlık	Eğitmen
Dijital Medya Stratejisi, Planlama ve Araçlar	Kenan Dursun, İletişim Uzmanı
Etkin Meta Kullanımı ve Güvenlik	Burak Karagöl, META Türkiye Ortaklıkları Müdürü
Sosyal Medya Yönetimi	Kenan Dursun, İletişim Uzmanı
STK'lar İçin Yapay Zekâ Araçları	Büşra Begçecanlı, AA Muhabiri
E-posta Temelli Bülten Yayıncılığı	Ömer Burak Tek, Rapor Bülteni Direktörü
Dijitalde Etkili Kampanya Süreçleri	Selvanur Yazıcı Sezgin, THY Dijital İletişim Uzmanı

Webinarlar

Başlık	Eğitmen
STK'lar için LinkedIn Profesyonel İletişim	Dr. Muhammet Sait Bozik
Podcast ile Dijitalde Güçlü bir STK Kimliği Oluşturma	Kevser Biçici, Podbee Medya
İçerik Üretimi: Video Hazırlama Teknikleri	Dr. Oğuz Gülleb
Etkili Kampanya Süreçleri	Murat Solak, Kızılay Bağış ve İletişim Müdürü
Yapay Zeka ve Sivil Toplum	Ceren Zeytinoğlu, Başlangıç Noktası Kurucu Ortağı

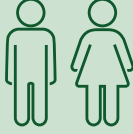
Oturumların ardından katılımcılardan kapsamlı geri bildirimler alınmıştır. Bu değerlendirmelerle program memnuniyeti ve eğitmen performansına ilişkin görüşler elde edilmiştir. Ayrıca; ön test ve son test uygulamaları aracılığıyla katılımcıların bilgi, beceri ve tutum düzeylerindeki gelişim verileri toplanmıştır. Beşli likert tipi soruların yer aldığı bu testlerle, eğitimin katılımcılar üzerindeki etkisi ölçümlenmiştir. Eğitimin başlangıcında uygulanan ön testin ardından, yedi haftalık sürecin sonunda son test gerçekleştirilmiştir. Raporun devamında, elde edilen bu veriler ışığında ulaşılan sonuçlar ilgili başlıklar altında sunulmuştur.

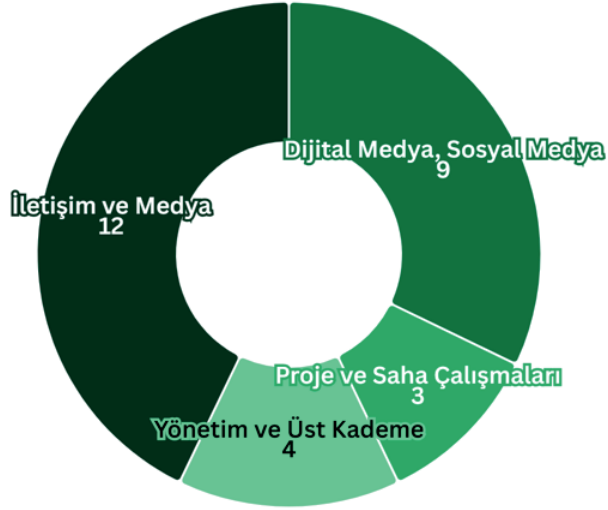
Eğitim serisi boyunca sivil toplum kuruluşlarının dijitalleşme ihtiyaçlarına dair kapsamlı bir çerçeve sunulmuştur. Katılımcıların büyük bir kısmı, başlangıçta dijital medya stratejilerinin eksik olduğunu ifade ederken; eğitim sonunda kurumsal iletişim planı taslağı oluşturma, hedef kitle belirleme ve sürdürülebilir dijital içerik stratejileri geliştirme becerileri kazanmıştır. Tüm bu süreç; katılımcıların dijital mecralardaki varlığını stratejik bir boyuta taşıyarak, sürdürülebilir bir görünürlük ve yüksek etki kapasitesi kazanmalarını sağlamıştır.

KATILIMCI PROFİLİ

Eğitim programı, sivil toplumun farklı kademelerinden gelen heterojen bir katılımcı grubunu bir araya getirmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu profesyonel çalışanlardan oluşurken, cinsiyet dağılımında tam bir eşitlik (%50-%50) sağlanmıştır. Yaş ortalamasının 25,5 olması, programın özellikle genç sivil toplum profesyonelleri ve gönüllüleri arasındaki etkisini göstermektedir.

Program, kurumsal iletişim uzmanlarından, dijital kampanya sorumlularına, görsel tasarımcılardan üst düzey yöneticilere kadar sivil toplumun farklı kademelerinden geniş bir katılımcı grubunu bir araya getirmiştir. Bu mesleki çeşitlilik, kurumlar arası etkileşimi artırıp birlikte öğrenme kültürünü teşvik etmiştir. Böylece eğitim süreci, zengin bir deneyim paylaşım ortamına dönüşmüştür.

		
Katılımcı Profili 23 farklı kurumdan 28 sivil toplum çalışanı	Cinsiyet Dağılımı %50 Kadın %50 Erkek	Yaş Aralığı 15 - 53 yaş



Grafik 1. Katılımcı Departman Profili

Grafik 1'e göre, eğitim programına sivil toplum kuruluşlarından en yoğun katılımın, %42,85 oranıyla iletişim ve medya temsilcileri tarafından sağlandığı görülmektedir. Eğitimin ana hedef kitlesi, sivil toplum kuruluşlarında iletişim ve dijital medya çalışmalarını yürüten kişiler olarak belirlenmiştir. Ancak sivil toplum alanında çalışan sayısının az olması nedeniyle, bir personelin aynı anda birçok farklı görevi üstlendiği bilinmektedir. Bu durum göz önünde bulundurularak; kurumların ihtiyaçları doğrultusunda, iletişim birimi dışındaki idari personel ile saha çalışanlarına da programda yer verilmiştir.



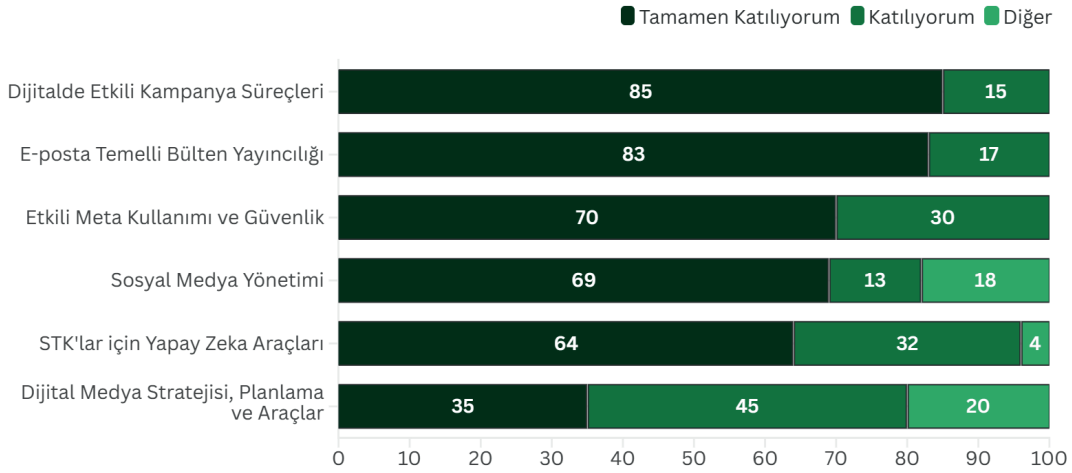
EĞİTİME KATILAN KURUMLAR

Acil İhtiyaç Projesi Vakfı
Çöpüne Sahip Çık Vakfı
Deniz Feneri Derneği
Habitat Derneği
Hürrem Sultan Vakfı
İHH İnsani Yardım Vakfı
İlmi Etüdler Derneği (İLEM)
İnsan ve İrfan Vakfı
İyilik Derneği
İyilikhane Çocuk Derneği
Mavera Eğitim ve Sağlık Vakfı
Oruçoğlu Kültür Sanat ve Çevre Kulübü (OKSÇ)

Pendik Ömer Çam AİHL Mezunları ve Mensupları Derneği (PENDER)
Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği (İGİAD)
Türkiye Kızılay Derneği
Umuda Koşanlar Derneği
Uluslararası Genç Derneği/Genç Mekan
Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu (UDEP)
Parlamentarler Arası Kudüs ve Filistin Platformu
SKD Türkiye
Sevde Sevan Uşak Vakfı

EĞİTİMİN ETKİSİ

Atölye değerlendirme anketinde katılımcılardan konu seçiminin yerindeliği ve sürenin yeterliliği kriterlerini 1 ile 5 arasındaki bir skalada puanlamaları istenmiştir. Elde edilen cevaplar incelendiğinde; her iki parametre için de katılımcıların %75 oranında ‘tamamen katılıyorum’ ifadesini tercih ettiği saptanmıştır. Eğitim kapsamında edinilen bilgi ve becerilerin sivil toplum çalışmalarındaki başarıya katkısı sorulduğunda ise; katılımcıların %75’i ‘tamamen katılıyorum’, %25’i ise ‘katılıyorum’ yönünde görüş bildirmiştir. Modül bazlı memnuniyet puanlamasına ilişkin detaylı sonuçlar ise Grafik 2’de sunulmuştur.



Grafik 2. Modüllere Göre Memnuniyet Düzeyleri

Grafik 2 verilerine göre, eğitim modülleri arasında memnuniyet açısından en yüksek oranı, %85 ile ‘Dijitalde Etkili Kampanya Süreçleri’ modülü almıştır. Bu modülü takip eden ‘E-posta Temelli Bülten Yayıncılığı’ ise katılımcı memnuniyetinde ikinci sırada yer almıştır. ‘STK’lar için Yapay Zekâ Araçları’ modülünde ise orta-üst segmentte bir başarı grafiği çizilmiştir. Genel tablo, belirli oturumlarda hedeflenen başarının üzerine çıkıldığını, bazı alanlarda ise içerik ve metodoloji açısından gelişim fırsatları bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Memnuniyet oranları incelendiğinde; Dijital Kampanya Süreçleri (%85) ve E-posta Bülten Yayıncılığı (%83) modülleri en başarılı alanlar olarak öne çıkmaktadır.

EĞİTİM MODÜLLERİ



MODÜL 1: DİJİTAL MEDYA STRATEJİSİ, PLANLAMA VE ARAÇLAR

Dijital medya stratejisi ve araç kullanımının kurumlar tarafından yeterince öncelik verilen bir alan olmadığı tespit edilmiştir. Bu ders kapsamında veri analizi ve ölçümlleme konularının önemi vurgulanmıştır. Dijital hafıza, özel gün içerikleri, sosyal medya hedefleme ve iletişim planlarının önemi değerlendirilmiştir. Uygulama bölümünde; anketler, grup tartışmaları ve persona oluşturma etkinlikleri yapılmıştır.

“Dijital Medya Stratejisi ve Araç Kullanımı” modülünün, diğer başlıklara oranla katılımcılar tarafından daha az öncelik verilen konular arasında yer aldığı görülmektedir.

(% 12,6 ↗) Hedef kitle bilgisi



Katılımcılar, eğitim öncesinde de sosyal medya platformlarının hangi kitlelere hitap ettiği konusunda oldukça yüksek bir bilgi düzeyine sahip olduğu görülmüştür. Eğitim sonrasında gözlemlenen %12,6'lık artış, bilgiye dayalı güvenin daha da pekiştiğini göstermektedir.

(% 34,1 ↗) Platforma uygun içerik üretme



Katılımcılar, farklı sosyal medya platformlarının dinamiklerine uygun, etkileşimi yüksek içerik üretme becerilerinde %34,1'lik ciddi bir ilerleme kaydetmiştir. Özellikle etkileşim stratejilerinde daha bilinçli hareket ettikleri anlaşılmaktadır.

(% 103,1 ↗) Sosyal medya yönetim araçları



Katılımcıların sosyal medya yönetimini kolaylaştıran araçlar hakkında bilgi sahibi olmalarında %100'ü aşan artış, katılımcıların eğitim öncesinde neredeyse hiç bilgi sahibi olmadıkları bir alanı hızla öğrenip uygulamaya geçirebildiklerini göstermektedir. Eğitim bu başlıkta büyük bir boşluğu doldurmuştur.

(% 2,4 ↗) Dijitalin STK hedeflerindeki rolü



Sivil toplum kuruluşları için dijital medyanın kritik bir rolü olduğu düşüncesine sahip olma konusunda eğitime yüksek farkındalıkla başlayan katılımcılar, modül sonunda %2,4'lük artışla gelişme göstermiştir. Bu da dijitalin önemine dair bilincin eğitimin başında dahi oldukça yerleşik olduğunu göstermektedir.

(% 42,1 ↗) Dijital medya stratejisi oluşturma



Durum analizi, hedef kitle belirleme ve içerik stratejisi gibi temel adımlarda %42,1'lik ciddi bir gelişim yaşanmıştır. Katılımcılar dijital çalışmaları planlı yürütme konusunda yetkinleşmiştir.

(% 25,0 ↗) Hedef kitle analizi



Katılımcılar, kurumlarının hitap ettiği kitleyi tanıma ve analiz etme becerisinde aldıkları modül sonucunda %25'lik bir artış göstererek daha sistematik düşünmeye başlamış, veri temelli bakış açıları kazanmıştır.

Katılımcı Paylaşımları



Beklentimi karşılayan bir eğitim oldu. İnteraktif bir eğitim olması bilgi paylaşımı açısından besleyiciydi.

Ders programı beklediğim ders işleyişine göre ilerledi. Birçok sosyal medya uygulamaları ile ilgili farklı bilmediğim bilgiler edindim. Benim için verimliydi.

Ders programı, kurumsal iletişim uzman olarak çalışanların rahatlıkla anlayacağı düzeydeydi. Konular oldukça zengin ve çeşitlendirilmiş.





MODÜL 2: E-POSTA TEMELLİ BÜLTEN YAYINCILIĞI

Eğitim kapsamında, topluluk oluşturma ihtiyacı ve sürdürülebilir içerik takvimi hazırlamanın önemi üzerinde durulmuştur. Katılımcılar; Mailchimp, Beehiiv ve Ghost gibi platformları tanıma fırsatı bulurken, hedef kitle odaklı içerik üretiminin ve e-bültenlerin topluluk bağlarını güçlendirmedeki stratejik rolünü tartışarak, bu alandaki güncel yaklaşımları değerlendirmişlerdir. Eğitim sürecinde katılımcı motivasyonunu ve sınıf içi dinamizmi sürekli kılmak adına, eğitmen tarafından interaktif yöntemler ve görsel iletişim araçları süreçte aktif kullanılmıştır.

Katılımcılar, e-bültenin etkili kullanımıyla ilgili temelden başlayarak güçlü bir bilgi ve uygulama düzeyine ulaşmıştır.

(% 87,5 ↗) E-bülten kullanımı



Katılımcılar e-bültenin etkili kullanımıyla ilgili neredeyse sıfırdan başlayarak güçlü bir bilgi ve uygulama düzeyine ulaşmıştır. E-bülten kullanımı konusunda bilgi düzeyinde %85,5'lik artış olmuştur. Teorik stratejilerin pratik araç kullanımıyla birleşmesi sonucunda, katılımcılar e-bülten süreçlerini yönetebilecek yetkinliğe erişmiştir.

(% 92,1 ⬆) Kuruma uygun e-bülten yapısı seçme



Katılımcıların temsil ettikleri sivil toplum kuruluşunun hedef kitlesine, içerik türüne ve iletişim diline uygun bir e-bülten yapısı tasarlama ve seçme becerisinde %92,1'lik büyük bir gelişim gözlemlenmiştir. Bu oran,, katılımcıların teknik tasarım farkındalığı, içerik akışı ve iletişim tonu gibi konularda ciddi ilerleme kaydettiğini göstermektedir.

(% 92,1 ⬆) Sürdürülebilir e-bülten stratejisi geliştirme



STK'lar için sürdürülebilir ve hedef kitlenin ihtiyaçlarına uygun bir e-bülten stratejisi oluşturabilme konusunda %92,1'lik artış, katılımcıların düzenli içerik planlama ve hedef odaklı e-bülten stratejisi geliştirme becerilerinde dikkat çekici ilerleme kaydettiğini göstermektedir.

Katılımcı Paylaşımları

“

Konusuna hakimiyet, iletişim becerileri doğrultusunda katılımcılarla geliştirdiği bağın eğitimi verimli kıldığını düşünüyorum.

Dolu dolu ve oldukça verimliydi. Bilmediğim çok fazla şey öğrendim.

Uygulama kısmı eğitimin hemen sonrasında olması ve detaylı olması hem öğretici hem eğlenceliydi.

”



MODÜL 3: DİJİTALDE ETKİLİ KAMPANYA SÜREÇLERİ

Dijital kampanya modülü, katılımcıların yoğun ilgisi ve aktif katılımıyla uygulamalı bir şekilde gerçekleşti. İçerik bazında bakıldığında; sosyal medya reklamcılığına dair bölümler yüksek ilgi görürken, web sitesi reklamcılığı gibi daha teknik alanlarda temel bilgi düzeyinin düşük olduğu saptanmıştır. Program süresince katılımcılar; hedef kitle analizi, iletişim hedeflerinin belirlenmesi ve kampanya kurgusu gibi temel reklam adımları üzerine düşünmeye teşvik edilmiştir. Atölye bölümünde katılımcılar, hem eğitimle hem de kendi gruplarıyla etkileşim kurarak kampanya tasarımlarını geliştirdiler. Modül, sahadan güncel örneklerle zenginleştirilmiş ve uygulamaya yönelik kaynak paylaşımıyla tamamlanmıştır.

Katılımcılar sosyal medya reklamcılığına yüksek ilgi gösterirken, web sitesi reklamcılığına dair ilgi düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür.

(% 15,9 7) Yeni dijital fikirler üretme



Katılımcıların yaratıcı düşünme ve dijital mecralarda yenilikçi kampanya fikirleri üretme becerilerinde %15,9'luk sınırlı ama anlamlı bir ilerleme kaydettiğini gözlemlenmiştir. Modül, temel düzeyde ilham ve yönlendirme sağlasa da bu alanın daha fazla uygulama ve örnekle pekiştirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Katılımcı Paylaşımları

“

Eğitmenimiz hem STK hem kurumsal deneyimi sayesinde zengin ve karşılaştırılmış bir içerik ile bizlere konuları aktardı. Ders interaktif bir şekilde ilerledi. Örneklerle pekiştirildi.

Dolu doluydu, verim aldığımı inanıyorum. Sondaki uygulamada grupta çalışmak keyifliydi.

Reklam süreçleri hakkında bilgi edinmemize ve bu süreçleri yürütme yetkinliğine ulaşmamıza yardımcı olacak başarılı bir eğitimdi.

”



MODÜL 4: ETKİLİ META KULLANIMI VE GÜVENLİK

Eğitim kapsamında, Facebook Ads Manager gibi araçların tanıtımı ve reklam verme süreçleri uygulamalı olarak işlendi. Katılımcılar, hedef kitle belirleme, A/B testleri ve dönüşüm optimizasyonu gibi ileri seviye dijital reklamcılık kavramlarını tanıma fırsatı buldular. Yoğun teknik içerik nedeniyle günün belirli saatlerinde odaklanma güçlüğü yaşandığı gözlemlense de; eğitmen, interaktif soru-cevap yöntemleri ve etkileşimi tetikleyici tekniklerle katılımcı ilgisini canlı tutmaya özen göstermiştir.

Katılımcılar dijital kampanya görsellerinde güçlü bir bilgiye sahipken; reklam tasarımı ve kampanya ölçümünde daha fazla desteğe ihtiyaç duydukları görülmüştür.



(% 53,1 ↗) Sosyal medya reklam temelleri

Sosyal medyada reklam hedefleme, bütçe yönetimi ve performans izleme gibi konularda kaydedilen %53'lük artış, bu alanın katılımcılar açısından önemli bir öğrenme alanı olduğunu ortaya koymuştur.



(% 47,4 ↗) Hesap güvenliği ve veri koruma

Dijital güvenlik ve kişisel verilerin korunması konularında %47,4 oranında gelişim gösteren katılımcılar, bu alandaki farkındalıklarını önemli ölçüde artırmışlardır. Eğitim süreciyle birlikte; şifre yönetimi, iki faktörlü kimlik doğrulama, gizlilik ayarları ve veri güvenliği gibi kritik başlıklarda bilinç kazanmışlardır.

(% 33,9 ↗) Reklam kampanyası tasarlama



Katılımcılar, hedefe uygun reklam kampanyaları geliştirme konusunda %33,9 oranında belirgin bir gelişim göstererek dijital reklam tasarımı stratejik bir bakış açısı kazandılar. Bu süreçte birlikte farklı hedef kitlelere yönelik kampanya planlama, mesajı doğru mecraya taşıma ve amaç odaklı içerik oluşturma konularında daha donanımlı hale gelmişlerdir.

(% 6,3 ↗) Görsel içerik performansını artırma



Kampanya içeriklerinde kullanılan görsellerin performansını artırma konusunda %6,3'lük sınırlı bir ilerleme gözlemlendi. Bu gelişimin düşük kalması, katılımcıların tasarım araçlarıyla ilgili başlangıç becerilerinin halihazırda yüksek olmasından kaynaklanmıştır..

(% 46,8 ↗) Kampanya etkisi ölçme ve iyileştirme



Bu alandaki %46,8'lik gelişim, katılımcıların yalnızca içerik üretmekle kalmadıklarını, aynı zamanda yaptıkları çalışmaları ölçme ve veriye dayalı iyileştirme becerilerini de önemli ölçüde geliştirdiklerini göstermektedir. Kazandıkları analitik bakış açısıyla; kampanya performansını değerlendirme ve strateji güncelleme süreçlerinde daha bilinçli adımlar attıkları bu gelişim verisiyle doğrulanmaktadır.

Katılımcı Paylaşımları



Ders içeriği konular kapsayıcı ve çok niş bilgileri barındırıyor.

Ders içeriği dolu dolu geçti reklam verme konusunda hiçbir tecrübem olmasa bile sürece artık hakimim.

Aktarımlar süperdi, sadece ara ara uzak olduğumuz alanları duyduğumuz için anlaması zor kısımları da oldu.





MODÜL 5: STK'LARDA YAPAY ZEKA ARAÇLARININ KULLANIMI

Yapay zeka araçlarının kullanımı modülü, eğitmenin katılımcıları sürece dahil eden etkileşimli açılışıyla başladı. Uygulamalı anlatımlar ve bireysel denemeler sayesinde katılımcılar, ilgili araçları doğrudan deneyimleme fırsatı buldular. Modül, katılımcıların yapay zeka araçlarını tanımaları ve temel kullanım becerisi kazanmaları açısından oldukça etkili olmuştur.

Katılımcıların, yapay zeka dil öğrenme modellerine olan ilgisi yüksek olduğu halde bilgi seviyesinin sınırlı olduğu tespit edilmiştir.

(% 5,3 ↑) Yapay zekayla zaman tasarrufu

Katılımcıların yapay zeka araçlarını işlerine entegre etmeleri konusunda %5,3'lük sınırlı gelişim, yapay zekâ entegrasyonuna henüz yeni aşına olmaya başladıklarını göstermektedir. Bu araçları kullanarak zamandan tasarruf edebiliyor olma konusunda sınırlı ilerleme görülmektedir. Eğitim, temel araçları tanıtmakla birlikte bu becerinin pratikte içselleşmesi için daha fazla zamana ve uygulamaya ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır.



(% 46,8 7) Çok-modlu içerik üretimi (metin-görsel-ses)



Çoklu medya öğelerini birleştirerek içerik üretme becerilerinde %46,8'lik önemli ölçüde gelişim gözlemlenmiştir. Yazılı, görsel ve işitsel içeriklerin entegre kullanımına dair uygulamalı deneyim kazandırarak bu yetkinliğin gelişimini desteklemiştir. Katılımcılar, artık daha bütüncül ve yaratıcı dijital ürünler oluşturma konusunda daha donanımlıdır.

(% 28,5 7) Yapay zekânın mantığı ve işleyişi



Katılımcılar %28,5'lik gelişim göstererek yapay zekânın temel prensiplerini anlamış, iş süreçlerine entegre etme konusunda anlamlı bir kavrayış kazanmıştır. Eğitim, yalnızca araç kullanımını değil, bu araçların neden ve nasıl çalıştığını açıklayarak katılımcılarda daha bilinçli bir teknoloji okuryazarlığı oluşturmuştur.



Katılımcı Paylaşımları

Ders içeriği ve uygulama kısmından çok memnunum. Bugün hiç bilmediğim şeyleri öğrendim.

Dijital iletişimde çok önemli bir yer edinmiş yapay zeka araçlarının kullanıma dair verimli, ihtiyacı karşılayan bir eğitim.

Hep birlikte denememiz güzel oldu, uygulama önemli bu eğitim için.

Direkt kullanıma ve sonuca yönelik başarılı bir dersti.





MODÜL 6: SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ

Eğitim programının son dersinde, tüm içerikler kapsayıcı bir yaklaşımla özetlenmiş, katılımcı geri bildirimleriyle öğrenme çıktılarının karşılıklı değerlendirmesi yapılmıştır. Program sonunda belge takdimi ve kapanış seremonisi gerçekleştirilirken, günün ilerleyen saatlerinde katılım oranının artış gösterdiği kaydedilmiştir. Son test uygulamalarının tamamlanmasıyla birlikte eğitim programı, yapılandırılmış bir şekilde sonlandırılmıştır.

Dijital medyanın STK'lar için önemine yönelik çok yüksek bir farkındalık olduğu tespit edilmiştir.



(% 24,1 ↗) Sosyal medyada etkili iletişim kurma

Etkili iletişim, dijital medya başarısının temelidir. Katılımcıların bu beceride %24'lük bir artış göstermesi, daha bilinçli bir etkileşim anlayışı geliştirdiklerine işaret etmektedir.

(% 23,6 ↗) Online topluluk oluşturma



Eğitim sonunda elde edilen veriler, katılımcıların dijital ortamda topluluk kurma ve etkileşimi sürdürme becerilerinde %23,6 oranında belirgin bir ilerleme kaydedildiğini göstermektedir. Eğitim süreci, katılımcılara sosyal medya üzerinden anlamlı bağlar kurma ve bu bağları sürdürülebilir hâle getirme konusunda yeni yöntemler kazandırmış, bu alandaki farkındalıklarını önemli ölçüde artırmıştır.

(% 35,3 ↗) STK sosyal medya yönetimi



Sosyal medya yönetiminde %35,3'lük gelişim, katılımcıların sosyal medyayı sadece içerik paylaşım aracı olarak değil, stratejik bir iletişim alanı olarak ele almaya başladıklarını göstermektedir. Eğitim, planlama, hedef odaklılık ve bütünlük gibi kavramlar üzerinden bu alandaki uygulama becerilerini güçlendirmiştir.



Katılımcı Paylaşımları

Çok önemli programlar ve metodlardan haberdar olduğum bir dersti, işimi hayati derecede kolaylaştıracak notlar aldım.

Kendi adıma kapsayıcı öğretici olduğumu düşünüyorum eğitim anında ve bittiğinde hemen uygulamaya dökme hissi yaratıyor.

Konu ve araçlar hakkında tecrübe bilgilerin de aktarılması etkili oldu. Aktif bir şekilde katılıma mecbur oluyor insan.

Dersin içeriği kurumsal iletişim alanında çalışan herkese uygun bir şekilde hazırlandı.





SONUÇ

Katılımcıların eğitimden önceki ve sonraki bilgi ve beceri düzeyleri karşılaştırıldığında anlamlı bir gelişme olduğu görülmüştür. Eğitim programı kapsamında katılımcıların dijital becerilerine yönelik yapılan değerlendirmelerde, eğitim öncesi ortalama 3,26 olan seviyenin eğitim sonunda 4,43'e çıktığı görülmüştür. 5 puanlık ölçek üzerinde gerçekleşen 1,2 puanlık bu artış, tesadüfi olmayıp eğitimin katılımcılar üzerindeki somut etkisini kanıtlamaktadır.

Toplam 21 sorudan 19'unda eğitim sonrası verilen cevaplar anlamlı şekilde daha yüksektir. Bu bulgu eğitimin büyük oranda etkili olduğunu göstermektedir. Özellikle sosyal medya araçlarını kullanma, dijital strateji oluşturma ve e-bülten hazırlama gibi teknik konularda önemli gelişmeler sağlanmıştır. Katılımcılar bu alanlarda eğitim öncesine göre çok daha bilinçli ve yetkin hâle gelmişlerdir.

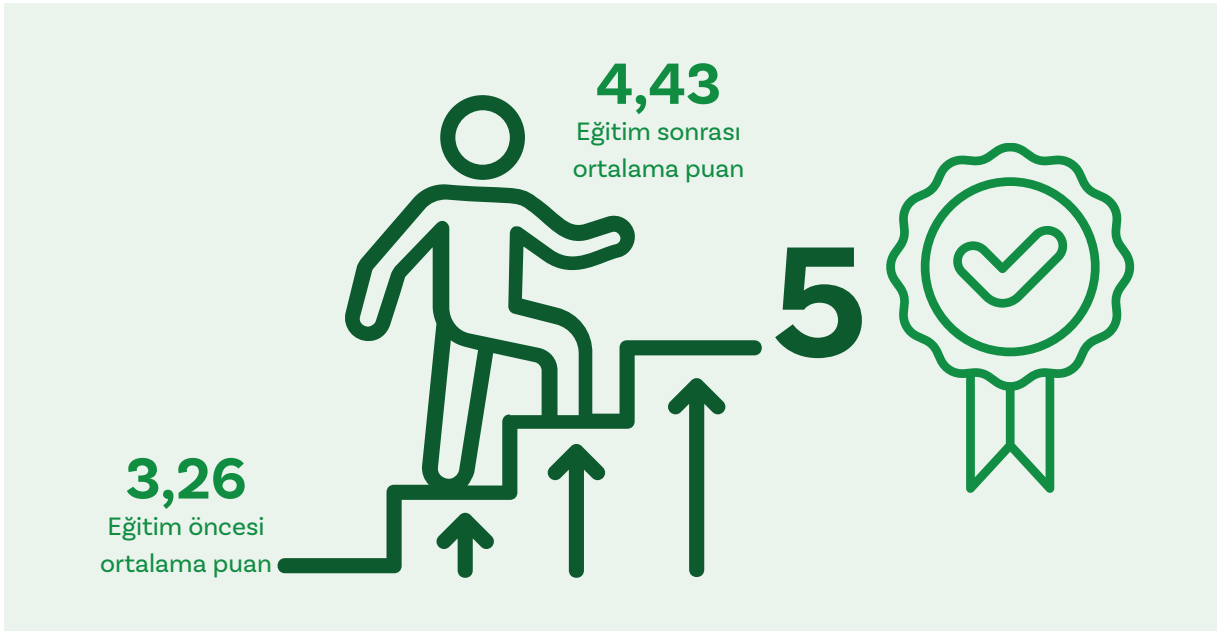
Öte yandan, iki spesifik ölçüm alanında istatistiksel olarak anlamlı bir gelişim farkı saptanmamıştır. Bunlardan ilki 'dijital medyanın STK'lar için stratejik önemi' konusundaki farkındalık düzeyi, ikincisi ise 'etkili kampanya görseli tasarımı' için gereken teknik kriterlere dair bilgi seviyesidir.

Söz konusu başlıklarda anlamlı bir fark oluşmamasının temel gerekçesi, katılımcıların bu hususlarda eğitim öncesinde de oldukça yüksek düzeyde bilgi ve farkındalığa sahip olmalarıdır.

Katılımcıların yaşları ile eğitimden elde ettikleri kazanımlar incelendiğinde, yaş faktörünün öğrenme süreci üzerinde belirleyici bir engel oluşturmadığı görülmüştür. Eğitimden sağlanan gelişim, tüm yaş gruplarında benzer düzeylerde gerçekleşmiştir. Bu sonuç, programın her yaştan sivil toplum profesyoneline hitap edecek şekilde sade ve kapsayıcı bir dille kurgulandığını doğrulamıştır.

Sonuç olarak, eğitim programı katılımcıların özellikle dijital araç bilgisi, içerik stratejisi ve iletişim becerilerinde önemli ilerlemeler kaydetmelerini sağlamıştır. En büyük gelişim, sosyal medya yönetim araçları hakkında bilgi düzeyinde görülmüştür. Eğitim, katılımcıların hem bilgilerini artırmış hem de bu bilgileri işlerine nasıl uygulayacakları konusunda pratik kazanımlar sunmuştur.

Katılımcı Yetkinlik Düzeylerindeki Değişim





Adres: Aziz Mahmut Hüdayi Mah. Türbe Kapısı Sk. No: 13 Üsküdar/ İstanbul
Telefon: +90 216 532 63 70 E-posta: sta@ilke.org.tr Web: ilke.org.tr/sta