

WORLD ECOMMERCE FORUM ISTANBUL

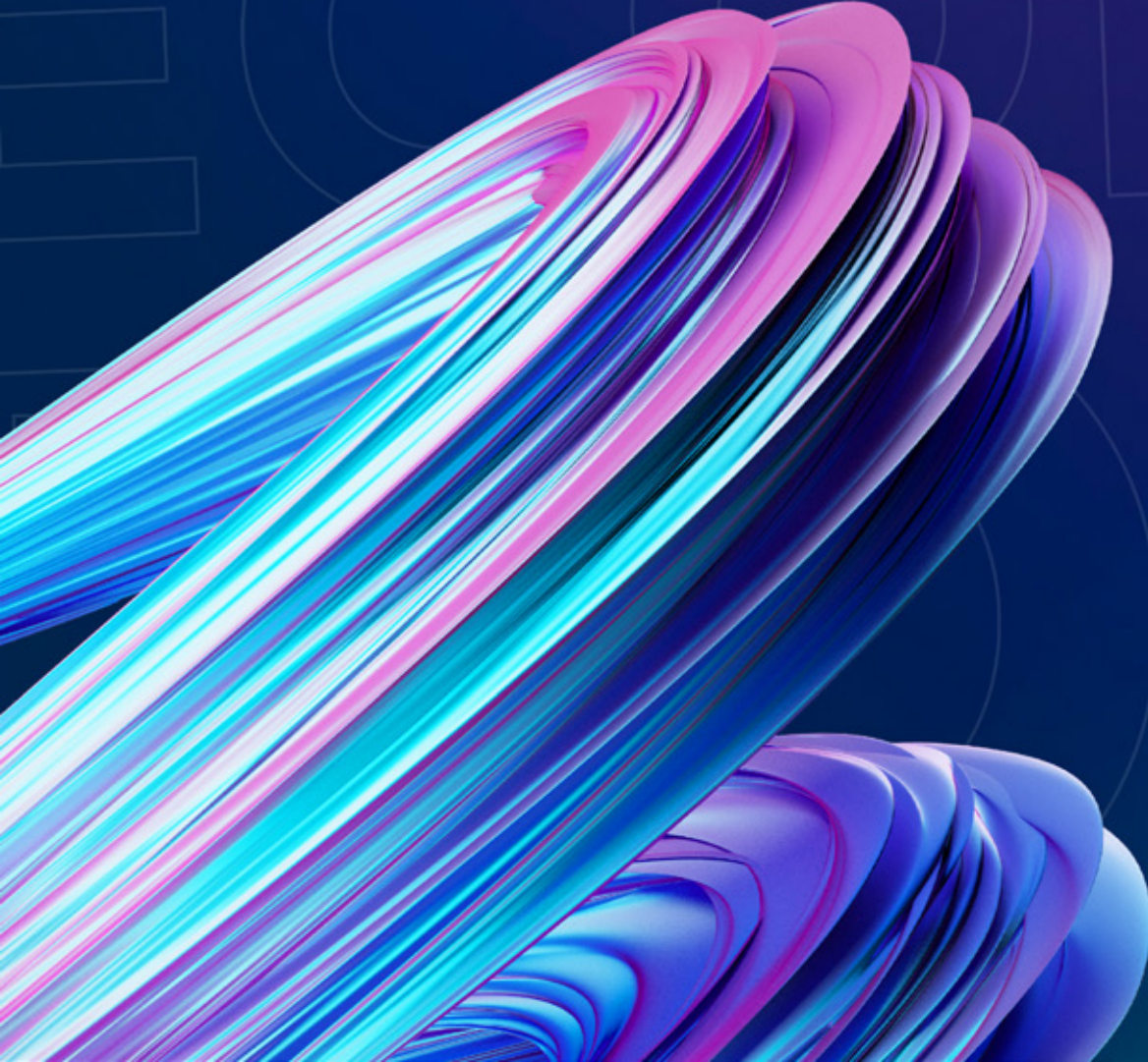
Panel ve Workshop Konuları



8-10 HAZİRAN 2023



İstanbul Fuar Merkezi



1	Geleceğin AVM'leri AVM'lerin Geleceği	Panel
2	Dijitalleşen Dünyada Türk E-Ticaret / E-İhracat Diasporası Nasıl Kurulur?	Panel
3	Perakende 5.0 Geleneksel ve Dijital Perakendenin Sentezi	Panel
4	Yeni E-Ticaret Yasası Neler Getiriyor, Neler Götürüyor?	Panel
5	E-İhracat Devlet Teşvikleri Neler Vaat Ediyor?	Panel
6	Dropshipping Bir İllüzyon mu Yoksa Gerçek Bir Ticaret mi?	Panel
7	Türk E-Ticaret Ekosisteminde Yeni Turcorn'lar Nasıl Çıkar?	Panel
8	Pandemi Sonrası Kırılan Global Tedarik Zincirinde Türkiye - Çin Rekabeti	Panel
9	E-Ticaret Depolarının Geleceği: Robotik ve Yapay Zeka Uygulamaları	Panel
10	D2C E-Ticaret ve B2C E-Ticaret Arasındaki Farklar Neden Önemli?	Panel
11	E-Ticaret Dijital Pazarlamasında Küresel Platformların Rekabeti	Panel
12	Pazaryerleri Fırsat mı Yoksa Tehdit mi?	Panel
13	B2B Pazaryerleri: Yeni Ana Akım Satış Kanalları	Panel
14	E-Ticaret Yatırımcısı Neden Yatırım Yapar? Ecom Rollup Şirketleri Neden Var?	Panel
15	Rekabette Yeni Bir Kavşak; Super App'ler VS Pazaryerleri	Panel
16	Gelecekte Blockchain Teknolojisi ve Kripto Paralar E-Ticareti Nasıl Etkileyecek?	Panel
17	Amazon Milyon Dolarlar Kulübü	Panel
18	Printfy İş Modelini Anlamak; Sıfır Stoklu Satış	Panel
19	E-İhracat Devlet Destekleri; Yurtdışı Depolama ve Lojistik ile İlgili Teşvikler	Panel
20	E-Ticaretin Geleceği: Web vs App	Panel
21	Rekabetin Yeni Tanımı E-Ticaret mi? S-Ticaret mi?	Panel
22	E-İhracat Devlet Destekleri; Dijital Pazarlama Teşvikleri	Panel
23	E-Ticarette Yüksek Sezon Stratejileri	Panel
24	E-Ticaret Gerçekten Karlı mı? E-İhracat Denklemi Neresinde?	Panel
25	Yeni Trend Sosyal Ticaret; Canlı Yayında Satış	Panel
26	Sosyal Medya Platformları Birer Pazaryerine Dönüşürse Ne Olur?	Panel
27	Quick Commerce Nereye Gidiyor? Rekabette Denge Noktasını Buldu mu?	Panel
28	Türkiye Global E-Ticaretin Küresel Tedarik Merkezi Olur mu?	Panel
29	Moda Perakendesinde Gelecek 10 Yılda Bizi Neler Bekliyor?	Panel

30	Kamu Kurumları Koordinasyonu E-İhracat Lojistiğinde Mümkün mü?	Panel
31	Yeşil Lojistik ve Sürdürülebilirlik	Panel
32	Rusya'daki Pazaryerleri için Hangi Analiz Araçları Kullanılabilir?	Panel
33	Körfez'de Şirket Kurulumu ve Vergilendirme	Panel
34	Tek platformdan B2B VE B2C E-Ticaret Ürün Satışı	Panel
35	E-Ticaretçiler için Girişim Sermayesi Kaynakları	Panel
36	E-Ticarette Ödeme Sistemleri, Ödeme Sistemlerinde Yenilikler	Panel
37	E-Ticarette İş Ortağı Olarak Kargo/Kurye Şirketleri ve Birlikte Çalışma Prensipleri	Panel
38	E-Ticaretçiler Sosyal Medyayı Nasıl Kullanmalı	Panel
39	E-Ticarette İade Sorunu ve Çözüm Yolları	Panel
40	E-Ticaretçiler için Girişim Sermayesi Kaynakları	Panel
41	Etsy'de satış ne kadar kolay? Zorlukları var mı?	Panel
42	Etsy'de Nasıl Başarılı Olunur?	Panel
43	E-Ticaret İnsan Kaynakları Organizasyonu	Panel
44	TURCORN 100 : Türkiye 'den Çıkacak Milyar Dolarlık Yerli Girişimler	Panel
45	Tek platformdan B2B VE B2C E-Ticaret Ürün Satışı	Panel
46	Moda Marketplacelerde Sitelerde Satış Stratejileri	Panel
47	İngiltere'de E-Ticaret Yapmanın Hukuki Alt yapısını Oluşturmak	Panel
48	İngiltere'de Fintech ve Yasal Süreçler	Panel
49	Yeni Girişimlerin Büyüme Stratejisi vs Karlılık	Panel
50	UK'de A'dan Z'ye E-Ticaret	Panel
51	E-Ticaret'te Türkiye ve Dünya'da Başarı İçin Neler Gerekli?	Panel
52	E-Ticaret Opearsyonunda Fullfilment Şirketleri, Fullfilment Partneri Seçerken Dikkat Edilmesi Gereken Konular	Panel
53	E-Ticarette Yapay Zeka ve Kişiselleştirme Metodları Üzerine Davranışsal Modellemeleri	Panel
54	Yüksek Sezonda Kampanya Stratejileri	Panel
55	E-Ticaret ve Programatik Reklam	Panel
56	E-İhracatta Oyunu Kurallarına Göre Oynamaya Hazır mısınız?	Panel
57	E-İhracat ve SEO	Panel
58	E-İhracat ve Gelişen Teknolojiler	Panel

59	E-İhracat ve Dijital Performans Kanalları	Panel	3+1
60	Küresel E-ticaret Yatırım Trendleri: Başarılı Yatırımcılardan ve Girişimcilerden İlgörüler ve Stratejiler	Panel	3+1
61	E-Ticarette Pazarlama Stratejileri	Panel	3+1
62	Omnichannel Şirketlerde E-Ticaret	Panel	3+1
63	Sporcu Markalarının E-Ticaret Stratejileri: Yeni Nesil Sporcu Markaları Nasıl Dijital Pazarlama Yapıyor?	Panel	3+1
64	Spor Endüstrisindeki Gelecek Trendleri: Dijitalleşme, Online Pazarlama ve E-Ticaret Yönelimleri	Panel	3+1
65	E-ticaret şirketlerinin değerlendirme teknikleri	Panel	3+1
66	Etsy Reklamcılığı : Fırsatlar ve Tehditler	Panel	3+1
67	Rusya Kargo ve Lojistik Sektörü	Panel	3+1
68	Körfez Kargo ve Lojistik Sektörü	Panel	3+1
69	E-Ticarette Chatbotların Geleceği	Panel	3+1
71	E-ticaret Finansman Modelleri : Amazon ve Etsy Satıcıları için Finansman Kaynakları	Panel	3+1
72	E-Ticarette Başarı Öyküleri ve İlham Veren Başarılar	Panel	3+1
73	E-ticaret Güvenliği ve Veri Gizliliği Güncel Kanunlar	Panel	3+1
74	E-ticaret Müşteri Hizmetleri ve İade Yönetimi Güncel Yaklaşımlar	Panel	3+1
75	E-ticaret Müşteri Hizmetleri ve İade Yönetimi (Başarı veya Başarısızlık Tarafını Seç)	Panel	3+1
76	ChatGPT Nelerin Yerini Alacak ?	Panel	3+1
77	ChatGPT Kullanım Örnekleri	Panel	3+1
78	Yapay Zeka İşletmelere Nasıl Yardımcı Oluyor ?	Panel	3+1
79	Perakendenin Geleceği: Önümüzdeki 5 Yılı Şekillendiren Küresel Trendler	Panel	3+1
80	Yapay Zeka İşletmeler için Ne Anlama Geliyor ?	Panel	3+1
81	Türkiye'nin 100 Yıllık Markaları ve Üçüncü Kuşak Tarifi	Panel	3+1
82	Youtube'da Hikaye Anlatma Sanatında Uzmanlaşma	Panel	3+1
83	3D Baskı ve E-ticaret. Özelleştirilebilir Alışveriş Deneyiminde Yeni Trendler	Panel	3+1
84	5G'nin e-ticarete etkisi : Daha Hızlı İşlemler ve Daha İyi Kullanıcı Deneyimler	Panel	3+1
85	Perakendenin Geleceği : Gerçek Ortamda Faaliyet Gösteren Mağazalar E-Ticarete Uyum Sağlayabiliyor mu ?	Panel	3+1
86	Aboneliğe Dayalı E-Ticaret Modelleri : Kolaylık Kültürünün Yükselişi	Panel	3+1
87	Pandemi Sonrası Dünyada E-Ticaret : Yeni Trendler, Kalıcı Değişimler	Panel	3+1
88	Canlı Yayın Alışverişi E-Ticaretin Çehresini Nasıl Değiştiriyor ?	Panel	3+1

89	Çevrimiçi Giyim Perakende Satışında Devrim Yaratmadan 3D Vücut Taramasının Rolü	Panel	3+1
90	E-Ticaretin Geleneksel Alışveriş Merkezi Deneyimine Etkisi	Panel	3+1
91	E-Ticaret ve E-İhracatın Geleceği : Metaverse Bir Sonraki Sınır mı ?	Panel	3+1
92	Zanaatlar ve El Yapımı Ürünler Odaklanan E-Ticaret Platformlarının Yükselişi ?	Panel	3+1
93	E-Ticaret İşletme Taklit Ürünlerle Nasıl Mücadele Edebilir ve Markalarını Nasıl Koruyabilir ?	Panel	3+1
94	Sağlık Sektöründe E-Ticaretin Zorlukları ve Fırsatları	Panel	3+1
95	Seyahat ve Turizm Sektöründe E-Ticaretin Zorlukları ve Fırsatları	Panel	3+1
96	Geleneksel Kanalla E-Ticaret Fiyatlandırma Stratejileri ve Deneyimleri	Panel	3+1
97	Eğitim Sektöründe E-Ticaretin Yükselişi : Dijital Kurslar ve Kaynaklar	Panel	3+1
98	Amazon, Ebay, Etsy gibi Küresel Pazaryerlerinde E-İhracat Stratejileri	Panel	3+1
99	Sosyal Ticaret : Instagram ve Pinterest'te E-Ticaret Fırsatları	Panel	3+1
100	E-Ticarette İçerik Pazarlaması	Panel	3+1
101	E-Ticarette Rakip Hedef ve Pazar Payı Kazanma Yolları	Panel	3+1
102	E-İhracatta İade İle Baş Etme Yöntemleri	Panel	3+1
103	E-Ticaret ve E-İhracatta Yapılan Hatalar ve Başarısızlıkların Nedenleri	Panel	3+1
104	Ekip Yönetimi : Ekip Kurulumu, Performans Yönetimi, Ekip Kültürünün Oluşturulması	Panel	3+1
105	Kişisel Gelişim : Stres Yönetimi, Planlama ve İletişim Becerileri	Panel	3+1
106	B2B VE B2C Dijital Pazarlama Stratejileri. Farklı Müşteri Segmentleri için Stratejiler	Panel	3+1
107	Video Pazarlaması : İzleyici Kitleyi Oluşturmak ve Video İçeriğini Oluşturmanın Yolları	Panel	3+1
108	Niş Pazaryerleri : Hiç Konuşulmayan Yeni Pazaryerleri	Panel	3+1
109	E-Posta Pazarlaması : Dönüşüm Oranlarınızı Nasıl Arttırırsınız	Panel	3+1
110	Fikri Mülkiyet, Marka Tescili ve Patent	Panel	3+1
111	Ticaret ve İşletme Dünyasında Kadınların Rolü	Panel	3+1
112	Küçük İşletmelerden Büyük İşletmelere Altın Değerinde Dersler	Panel	3+1
113	Tüketici Kanunu Ne Diyor ? Nasıl Adapte Olacağız ?	Panel	3+1
114	Gümrük ve Vergi Politikalarının Ticarete Etkisi	Panel	3+1
115	Marka Oluşturmada Hap Bilgiler	Panel	3+1
116	E-Ticaret Güvenliği ve Ödeme Sistemleri	Panel	3+1
117	Dropshipping ve Affiliate Pazarlama	Panel	3+1
118	Sfır Noktasından Başlama Kılavuzu	Panel	3+1

119	Bugün Başlasaydım Neler Yapardım ?	Panel	3+1
120	Ürün ve Tedarikçi Bulmak, Toptancılarla Anlaşmak	Panel	3+1
121	E-İhracat ve E-Ticarette KPI'lar ve Başarı Metrikleri	Panel	3+1
122	Sosyal Medya ve Influencerlar Pazarlaması : E-Ticaretin Büyümesine Nasıl Katkı Sağlar ?	Panel	3+1
123	E-ticarette ROAS (Reklam Harcamalarının Satışlarına Oranı) ve ROI (Yatırım Getirisi) ölçümü ve optimizasyonu	Panel	3+1
124	Kullanıcı Etkileşimini Arttırmak için Gamification (Oyunlaştırma Uygulamaları)	Panel	3+1
125	Seo Nedir ? Arsa Almak mı ? Seo Yatırımı mı ?	Panel	3+1
126	Görsel ve Sesli Aramaların Önemli İçerik Stratejileri	Panel	3+1
127	E-İhracatta Hedef Ülkelerde Kültürel ve Dil Farklılıklarını Yönetmek için Lokalizasyon Stratejileri	Panel	3+1
128	Hedef Pazarlarda Satış Hacmini Arttırmak için Yerel Partnerlerle İşbirliği	Panel	3+1
129	KVKK ve İYS Güncel Süreçler	Panel	3+1
130	Dijital Pazarlama	Panel	3+1
131	AB'de KDV kaydı	Panel	3+1
132	AB'de OSS kaydı	Panel	3+1
133	Yerelden Globale SEO Stratejileri	Panel	3+1
134	Dijitalde Markalaşma Stratejileri	Panel	3+1
135	Yüksek Sezonda Lojistik Optimizasyon	Workshop	1+1
136	Kargo Sektöründe Yeni Nesil Otonom Sistemler	Workshop	1+1
137	Hızlı Kargo Servislerinde İnovatif İş Modelleri	Workshop	1+1
138	Vaka Analizi; Herşeyi 10 Yıl Önce Gören Bukoli Neden Battı?	Workshop	1+1
139	Global Tedarik Zincirine Kümelenerek Dahil Olmak	Workshop	1+1
141	E-İhracatta Depolama ve Kargo Maliyetleri Nasıl Optimize Olur?	Workshop	1+1
142	Amazon FBA ile Fulfillment Sektörünün Rekabeti	Workshop	1+1
143	E-İhracat Gıda Perakendeciliğinde Kargo ve Lojistik Süreçleri	Workshop	1+1
144	UK'de Şirket Kurulumu ve Vergilendirme	Workshop	1+1
145	UK Pazaryerleri için Hangi Analiz Araçları Kullanılabilir?	Workshop	1+1
146	UK Fintech Sektörü	Workshop	1+1
147	UK Bölgesinde Dijital Pazarlama Çalışmaları	Workshop	1+1
148	UK Kargo Ve Lojistik Sektörü	Workshop	1+1

149	AB'de Şirket Kurulumu ve Vergilendirme	Workshop	1+1
150	AB Pazaryerleri için Hangi Analiz Araçları Kullanılabilir?	Workshop	1+1
151	AB Fintech Sektörü	Workshop	1+1
152	AB Bölgesinde Dijital Pazarlama Çalışmaları	Workshop	1+1
153	AB Kargo Ve Lojistik Sektörü	Workshop	1+1
154	E-Ticarette Kişiselleştirilmiş Pazarlama Deneyimi	Workshop	1+1
155	Growth Hacking Nedir Ne Değildir?	Workshop	1+1
156	Çok Kanallı Online Perakendede Veriye Dayalı Karar Almak	Workshop	1+1
157	Dijital Pazarlama Trendlerinde TikTok	Workshop	1+1
158	Online Müşteri Hizmetlerinde Otomasyon Kurmak	Workshop	1+1
159	Lead Generation İş Modeliyle Karlı Bir B2B E-Ticaret Operasyonu Kurmak	Workshop	1+1
160	Pazarlama Bilmeyenden Dijital Pazarlamacı Olur mu?	Workshop	1+1
161	Amazon'da Chatbot Pazarlaması ile Sadık Müşteri Kitleleri Oluşturmak	Workshop	1+1
162	O'dan 100 Milyona Amazon'da Başarısızlık Hikayesi	Workshop	1+1
163	Müşteri İhtiyaçlarını Anlayarak Amazon'a Teknoloji Geliştirmek	Workshop	1+1
164	Amazon'da Başlayıp Shopify ile Devam Eden Yolculuk Tesadüf mü Yoksa Bir Strateji mi?	Workshop	1+1
165	Önce Hangi Amazon Ülkesinden Başlamalı? Neden Amerika?	Workshop	1+1
166	Amazon Satışlarında Vergilendirme	Workshop	1+1
167	Amazon Listing ve SEO Optimizasyonu	Workshop	1+1
168	Amazon'da Moda Endüstrisi Neden Zayıf?	Workshop	1+1
169	Etsy Reklamcılığı; Fırsatlar ve Tehditler	Workshop	1+1
170	Etsy Listeleme Algoritmasını Anlamak ve SEO Optimizasyonu	Workshop	1+1
171	En Çok Satış Yapan 5 Dükkan İncelemesi	Workshop	1+1
172	Etsy'de Lansman ve GA Süreci; En Etkin Yöntemler ve Örnekler	Workshop	1+1
173	Etsy'de En Çok İlgi Gören 3 Sektör; Takı, Deri ve Halı Sektörleri	Workshop	1+1
174	Etsy Suspend Neden Oluyor? Çözmek için Danışmanlık Şart mı?	Workshop	1+1
175	Etsy ile İlgili Doğru Bilinen 10 Yanlış	Workshop	1+1
176	Etsy'de İlk 6 Ay; Ölüm Vadisi	Workshop	1+1
177	Etsy'de Satmaya Başlamak İçin Artık Geç mi? Rekabet Ne Durumda?	Workshop	1+1

178	Etsy Milyon Dolarlar Kulübü	Workshop
179	E-İhracatta Ülkeler ve Ürünler Bazında Gümrük Süreçleri	Workshop
180	Amazon Satışları Neden ETGB ile Çıkıyor?	Workshop
181	Etsy'de Lojistik Tüyolarla Algoritmaya Meydan Okumak	Workshop
182	Ayakkabı Perakendesinde İnovatif E-Ticaret Uygulamaları	Workshop
183	Bir Türkiye Analizi; Bölgede e-ticaretin fasoncusu muyuz yoksa marka sahibi mi?	Workshop
184	Rusya'da Şirket Kurulumu ve Vergilendirme	Workshop
185	Rusya Fintech Sektörü	Workshop
186	Rusya Bölgesinde Dijital Pazarlama Çalışmaları	Workshop
187	Rusya Kargo Ve Lojistik Sektörü	Workshop
188	Körfez'deki Pazaryerleri için Hangi Analiz Araçları Kullanılabilir?	Workshop
189	Körfez Fintech Sektörü	Workshop
190	Körfez Bölgesinde Dijital Pazarlama Çalışmaları	Workshop
191	Körfez Kargo Ve Lojistik Sektörü	Workshop
192	Perakendeci E-Ticaret Şirketleri için Veri Araçları: Similarweb ve Google Market Finder	Workshop
193	E-Ticaret ve E-İhracatta Ödeme Yöntemleri Dönüşüm Oranını Nasıl Etkiliyor?	Workshop
194	Top 10 Dijital Pazarlama Aracı	Workshop
195	SEO Bitti mi? App Dünyası Nereye Gidiyor?	Workshop
196	Global Dijital Pazarlama Maliyetleri E-İhracata Gerçekten Engel mi?	Workshop
197	Dijital Pazarlama Performansı Nasıl Ölçülür? Ajanslar neden ROAS taahhüdü vermez?	Workshop
198	Dijital Çağın Şeyhleri: Influencer'ler	Workshop
199	Affiliate Marketing'i Influencer'ler ile Karlı Bir Gelir Modeline Dönüştürmek	Workshop
200	En Çok Satış Yapan 5 Dükkan İncelemesi	Workshop
201	Amazon ile İlgili Doğru Bilinen 10 Yanlış	Workshop
202	Etsy'ci Ev Hanımları Neyi Doğru Yapıyor?	Workshop
203	Amazon'da Satmaya Başlamak İçin Artık Geç mi? Rekabet Ne Durumda?	Workshop
204	Üreticiyim Etsy'de Satış Yapabilir miyim?	Workshop
205	Etsy'de Satış Yapmak Gerçekten Kolay mı? Açmazları ve Avantajları...	Workshop
206	Amazon'da Marka Tescil Süreçleri ve Rekabete Etkisi	Workshop
207	Etsy'de Milyon Potansiyelli Ürün Grupları	Workshop

208	E-Ticarette ChatBotların Geleceği	Workshop
209	E-Ticarette Yapay Zeka Uygulamaları ve Vaka Çalışmaları	Workshop
210	USA Kargo Ve Lojistik Sektörü	Workshop
211	Mobilya Sektöründe Lojistik Maliyetler E-İhracata Gerçekten Engel mi?	Workshop
212	İade Otomasyonu ile Maliyetleri Optimize Etmek	Workshop
213	USA'da Şirket Kurulumu ve Vergilendirme	Workshop
214	USA'daki Pazaryerleri için Hangi Analiz Araçları Kullanılabilir?	Workshop
215	USA Fintech Sektörü	Workshop
216	USA Bölgesinde Dijital Pazarlama Çalışmaları	Workshop
217	Etsy'de Sıfırdan 50 Milyona Başarı Hikayesi	Workshop
218	E-Ticaret Finansman Modelleri: Amazon ve Etsy Satıcıları için Finansman Kaynakları	Workshop
219	E-Ticaret Mobil Uygulamaların ve Super App'lerin Yükselişinde Dijital Pazarlama Çalışmaları Nasıl Şekilleniyor?	Workshop
220	Karlı Etsy Mağazası Açmak için Uygulanacak 4 Stratejik Adım	Workshop
221	Etsy'de Satışlarınızı Arttıracak Doğru Listeleme ve SEO Nasıl Yapılır?	Workshop
222	Amazon FBA Servislerini Verimli Kullanmak	Workshop
223	Amazon'da Doğan Markalar	Workshop
224	E-Ticaret Şirketlerinde Değerleme Teknikleri?	Workshop
225	Helium 10'de Yanlış Yapılan 10 Hata	Workshop
226	Amazon'da İlk 6 Ay; Ölüm Vadisi	Workshop
227	Amazon'da Lansman ve GA Süreci; En Etkin Yöntemler ve Örnekler	Workshop
228	Amazon Suspend Neden Oluyor? Çözmek için Danışmanlık Şart mı?	Workshop
229	En İyi 5 PPC Amazon Tool	Workshop
230	Amazon'da Yüksek Sezona Hazırlık Stratejileri	Workshop
231	Etsy'ye Uygun Üretici Bulmak	Workshop
232	Etsy 'de Ne Satılmaz?	Workshop
233	Etsy'de Kullanılan Top 5 Tool	Workshop
234	Tatildey Etsy'de Satış Otomasyonu Kurmakken Bile Çalışan İş Modeli	Workshop
235	Pinterest Çalışmaları Etsy'de Gerçekten İş Yarıyor mu?	Workshop
236	Mobilya Sektörü için Etsy Neden Çok Önemli?	Workshop

237	Etsy Müşteri Kitlesini Anlamak; Ucuzluktan Kurtulun!	Workshop	1+1
238	Etsy'de Hacim Yapıp Başarısız Olmuş 3 Mağaza İncelemesi	Workshop	1+1
239	Etsy'de Dijital Ürünler Satmak; Ciro=Kar İş Modeli	Workshop	1+1
240	E-Ticaret Deposu İç Kaynak mı Dış Kaynak mı Olmalı?	Workshop	1+1
241	Amazon'da Kullanılan Top 10 Tool	Workshop	1+1
242	Küçük bir perakendeci olarak Amazon ile nasıl rekabet edilebilir?	Workshop	1+1
243	Niş pazarlama stratejileri ve el yapımı ve benzersiz ürünlerin e-ticaretteki yeri ?	Workshop	1+1
244	Risk sermayesi, birleşme ve satın almalar ve kitle fonlaması ile e-ticaretin finansal yönü	Workshop	1+1
245	Sipariş karşılama, depolama, envanter yönetimi ve last-mile teslimatı	Workshop	1+1
246	Sınır ötesi e-ticarette, yerel düzenlemeler, uyum sorunları ve tüketici davranışındaki kültürel farklılıklar	Workshop	1+1
247	Amazon'un sürdürülebilirlik girişimleri: Amazon'un çevresel ve sosyal sorumluluk çabalarını keşfetmek	Workshop	1+1
248	Cezayir Bölgesinde Dijital Pazarlama	Workshop	1+1