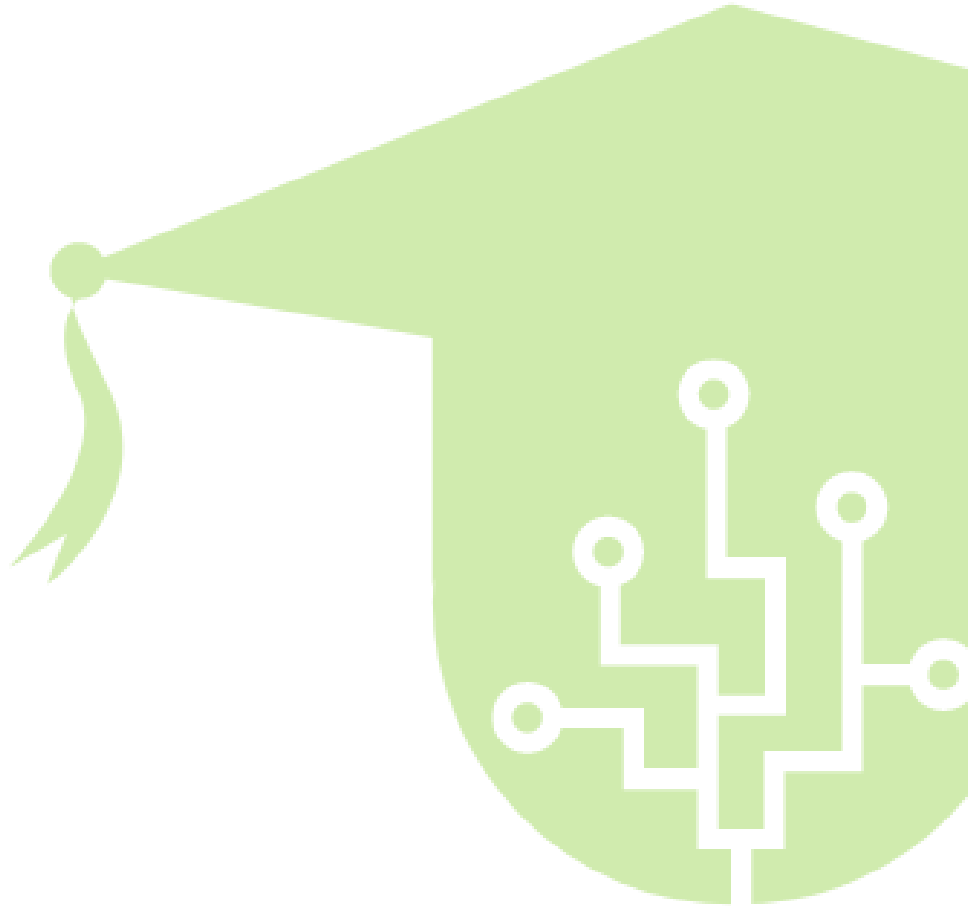
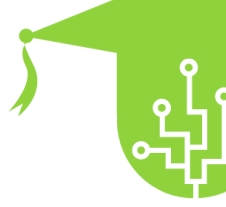




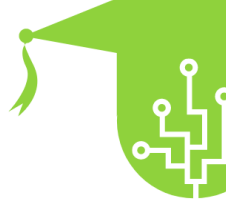
MODÜL

Dijital beceriler: DIGCOMP'a giriş





Başlık :	Dijital beceriler: DIGCOMP'a giriş
Anahtar Kelimeler :	Dijital beceriler, DigComp, güvenlik
Hazırlayan :	Eesti People to People (Estonya)
Dil :	Türkçe
Hedefler :	<ul style="list-style-type: none"> ● Dijital becerileri anlamak için kullanılan tanımlar, ● DigComp yapısının anlaşılması, ● Referans modeli hakkında bilgi edinme, ● Kullanılabilir beceriler
Öğrenim Çıktıları :	DigComp hakkında bilgi. XXI. yüzyılda dijital becerilerin öneminin anlaşılması.
İçerik İndeksi :	<ol style="list-style-type: none"> 1. DİJİTAL BECERİLERİN TANIMI 2. DIGCOMP YAPISI 3. DIGCOMP REFERANS MODELİ 4. EN İYİ 10 SOSYAL AĞ BECERİSİ 5. SÖZLÜK 6. BİBLİYOGRAFYA
İçerik Geliştirme :	<p style="text-align: center;">1. DİJİTAL BECERİLERİN TANIMI</p> <p>Dijital beceriler için bir diğer tanım UNESCO tarafından yapılmıştır Temel bilgisayar becerileri şunları içerir:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Bilgisayar manipülasyonunun temel kavramlarını anlamak, * Bilgisayar dosyalarını yönetmek, * kelime işlemcisi, * Elektronik tabloları ve veritabanlarını kullanma, * sunumlar oluşturma, * bilgi bulma, * Bilgisayar kullanarak iletişim kurma, * İnternet kullanımının sosyal ve etik sonuçlarının farkında olmak. <p>DigComp'ta dijital yetkinliğin tanımı " dijital teknolojilerin öğrenme, çalışma ve topluma katılım için kendinden emin, eleştirel ve sorumlu bir şekilde kullanılmasını ve bunlarla etkileşim kurulmasını içerir. Bilgi, beceri ve tutumların bir kombinasyonu olarak tanımlanmaktadır." (Hayat Boyu Öğrenme için Temel Yeterliliklere ilişkin Konsey Tavsiye Kararı).</p>



Dönüşümlü bir yetkinlik olan dijital yetkinlik, iletişim, dil becerileri ya da matematik ve fen bilimlerindeki temel beceriler gibi diğer temel yetkinliklerde uzmanlaşmaya yardımcı olur.

Dijital beceriler, tüm gençlerin dijital olarak sürece dahil olmalarını ve gençlerin bu becerileri kendi kendilerine öğrenebilmelerini sağlamanın önemli bir yönüdür.

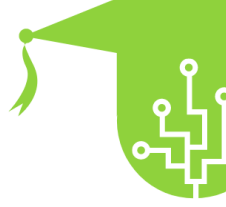
Bu yetkinliğin niteliğini daha iyi anlamak için Avrupa Komisyonu 2018 yılında beş alana ayrılan Vatandaşlar için Avrupa Dijital Yetkinlik Çerçevesini (DigComp) geliştirmiştir:

- Bilgi ve veri okuryazarlığı;
- İletişim ve işbirliği;
- Dijital içerik oluşturma;
- Güvenlik;
- Problem çözme.

Bunlar bilgi, beceri ve tutumları içeren 21 yetkinlik içermektedir. Yetkinlik alanlarının her biri için bir grup bağlantılı yetkinlik de tanımlanmıştır. Her alandaki ilk yetkinlik her zaman daha teknik yönleri içeren yetkinliktir: bu özel yetkinliklerde bilgi, beceri ve tutumlar baskın bir bileşen olarak operasyonel süreçlere sahiptir. Bununla birlikte, teknik ve operasyonel beceriler de her bir yetkinliğin içinde yer almaktadır.

2.DIGCOMP YAPISI

Vatandaşlar için Dijital Yeterlilik Yapısı (DigComp) dijital yeterliliğin ne olduğuna dair ortak bir anlayış sunmaktadır.



DigComp çerçevesi dijital yetkinliğin temel bileşenlerini 5 alanda tanımlamaktadır (Bölüm 1). Bu alanlar aşağıda özetlenmiştir :

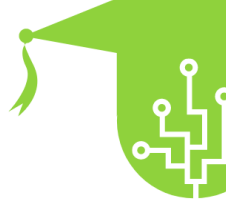
Bilgi ve veri okuryazarlığı : Bilgi ihtiyaçlarını belirtmek, dijital veri, bilgi ve içeriği bulmak ve bunlara ulaşılmasını sağlamak. Kaynağın ve içeriğinin uygunluğunu değerlendirmek. Dijital veri, bilgi ve içeriği depolamak, yönetmek ve düzenlemek.

İletişim ve işbirliği : Kültürel ve nesnel çeşitliliğin farkında olarak dijital teknolojiler aracılığıyla etkileşimde bulunmak, iletişim kurmak ve işbirliği yapmak. Kamu ve özel dijital hizmetlerle katılımcı vatandaşlıkla topluma dahil olmak. Kişinin dijital varlığını, kimliğini ve itibarını yönetmek.

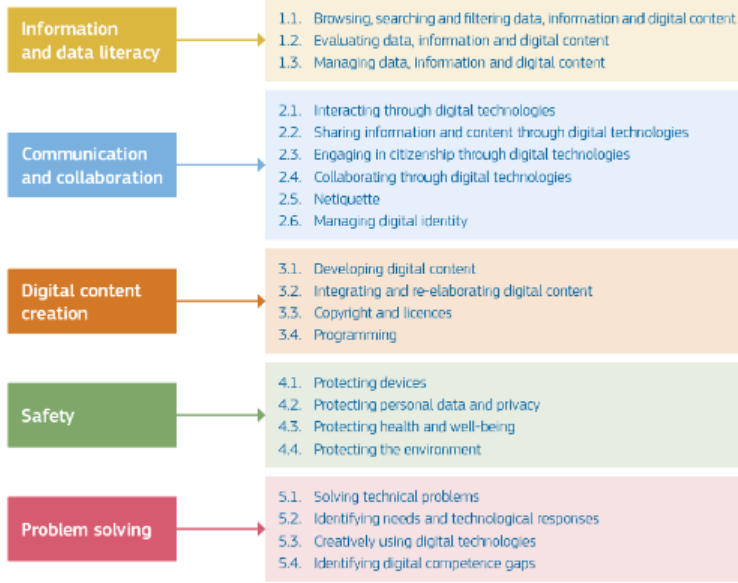
Dijital içerik oluşturma : Telif hakkı ve lisansların nasıl uygulanacağını anlayarak bilgi ve içeriği geliştirmek, mevcut bir bilgi birikimine entegre edebilmek için dijital içerik oluşturmak ve düzenlemek. Bilgisayar sistemi için anlaşılabilir talimatların nasıl verileceğini bilmek.

Güvenlik : Dijital ortamlarda cihazları, içeriği, kişisel verileri ve mahremiyeti korumak. Fiziksel ve psikolojik sağlığı korumak. Sosyal refah ve sosyal kapsayıcılık için dijital teknolojilerin farkında olmak. Dijital teknolojilerin ve kullanımlarının çevresel etkilerinin farkında olmak.

Problem Çözme : İhtiyaçları, sorunları belirlemek ve dijital ortamlardaki kavramsal sorunları, karşılaşılan problemleri çözmek. Süreçleri ve ürünleri yenilemek için dijital araçları kullanmak. Dijital evrimi yakından takip etmek.



3. DIGCOMP KAVRAMSAL REFERANS MODELİ



Bu alanlarla ilgili 21 yetkinlik vardır, bunların başlıkları ve tanımlayıcıları Bölüm 2'de özetlenmiştir. Bölüm 1 ve Bölüm 2 birlikte ele alındığında kavramsal referans modelini oluşturmaktadır. Ek Bölümler Yeterlilik seviyelerini (Bölüm 3), Bilgi, beceri ve tutum örneklerini (Bölüm 4) ve Kullanım durumlarını (Bölüm 5) özetlemektedir. En son yayın olan DigComp 2.2, birleştirilmiş genel çerçeveyi sunmaktadır.

1. Bilgi ve veri okuryazarlığı

1.1 Veri, bilgi ve dijital ortamda gezinme, arama ve filtreleme

Bilgi ihtiyaçlarını ifade etmek, dijital ortamlarda veri, bilgi ve içerik aramak, bunlara erişmek. Kişisel arama stratejileri oluşturmak ve güncellemek.

1.2 Veri, bilgi ve dijital içeriğin değerlendirilmesi

Aşağıdakilerin güvenilirliğini ve doğruluğunu analiz etmek, karşılaştırmak ve eleştirel olarak değerlendirmek için veri, bilgi ve dijital içerik kaynaklarından yararlanmak.

Analiz etmek ve yorumlamak, veri, bilgi ve dijital içeriği eleştirel bir şekilde değerlendirebilmemize olanak sağlar.

1.3 Veri, bilgi ve dijital içeriğin yönetilmesi

Dijital ortamlarda veri, bilgi ve içeriği düzenlemek, depolamak ve içeriğe ulaşmak. Bunları yapılandırılmış bir ortamda düzenlemek ve işlemek.

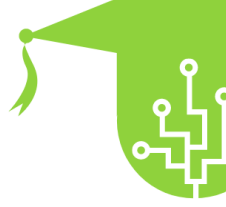
2. İletişim ve işbirliği

2.1 Dijital teknolojiler yoluyla etkileşim

Çeşitli dijital teknolojiler aracılığıyla etkileşim kurmak ve verilen bağlamda uygun dijital iletişim araçlarının nasıl kullanılacağını anlamak.

2.2 Dijital teknolojiler aracılığıyla paylaşım





Uygun dijital teknolojiler aracılığıyla veri, bilgi ve dijital içeriği başkalarıyla paylaşmak.
Aracı olarak hareket etmek, referans verme ve kaynak gösterme hakkında bilgi sahibi olmak.

2.3 Dijital teknolojiler aracılığıyla vatandaşlığa dahil olma

Kamu ve özel dijital hizmetlerin kullanımını yoluyla topluma katılmak.

Kendini yetkinleştirme ve katılımcı vatandaşlık için uygun dijital teknolojiler aracılığıyla fırsatlar aramak.

2.4 Dijital teknolojiler aracılığıyla işbirliği

İşbirliğine dayalı süreçler için dijital araçları ve teknolojileri kullanmak.

2.5 Netiquette

Dijital teknolojileri kullanırken ve dijital ortamlarda etkileşimde bulunurken davranış normlarının ve bilgi birikiminin farkında olmak. İletişimi adapte etmek. Stratejileri ve dijital ortamlardaki kültürel ve nesilsel çeşitliliğin farkında olmak.

2.6 Dijital kimliğin yönetilmesi

Bir veya birden fazla dijital kimlik oluşturmak ve yönetmek, kendi itibarını koruyabilmek, çeşitli dijital araçlar, ortamlar ve hizmetler aracılığıyla ürettiği verilerle başa çıkabilmek.

3. Dijital içerik oluşturma

3.1 Dijital içerik geliştirme

Farklı formatlarda dijital içerik oluşturmak ve düzenlemek, kendini dijital yollarla ifade etmek.

3.2 Dijital içeriğin entegre edilmesi ve yeniden detaylandırılması

Yeni, orijinal, ilgili içerik ve bilgileri oluşturmak için bilgi ve içeriği değiştirmek, rafine etmek, iyileştirmek ve mevcut bilgi birikimine entegre etmek.

3.3 Telif hakkı ve lisanslar

Telif hakkı ve lisansların veri, bilgi ve dijital içerik için nasıl geçerli olduğunu anlamak.

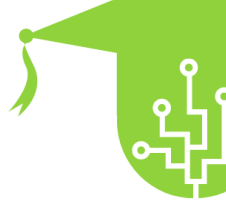
3.4 Programlama

Belirli bir sorunu çözmek veya belirli bir görevi yerine getirmek için bir bilgisayar sistemine, anlaşılabilir talimatlar planlamak ve geliştirmek

4. Güvenlik

4.1 Cihazların korunması

Cihazları ve dijital içeriği korumak için ve dijital ortamlardaki riskleri ve tehditleri anlamak.



Emniyet ve güvenlik önlemleri hakkında bilgi sahibi olmak, güvenilirlik ve gizliliğe gereken önemi vermek.

4.2 Kişisel verilerin ve gizliliğin korunması

Dijital ortamlarda kişisel verileri ve gizliliği korumak. Kendini ve başkalarını zararlardan koruyabilirken kişisel olarak tanımlanabilir bilgilerin nasıl kullanılacağını ve paylaşılacağını anlamak. Dijital hizmetlerin kişisel verileri kullanıldığını bildirmek için bir "Gizlilik politikası" kullanılmaktadır.

4.3 Sağlık ve refahın korunması

Dijital teknolojileri kullanırken sağlık risklerinden ve fiziksel, psikolojik tehditlerden kaçınabilmek. Kendini ve başkalarını dijital ortamlardaki olası tehlikelerden koruyabilmek (örn. siber zorbalık). Sosyal refah ve sosyal kapsayıcılık için dijital teknolojilerin farkında olmak.

4.4 Çevrenin korunması

Dijital teknolojilerin kullanımının çevre üzerindeki etkilerinin farkında olmak.

5. Problem çözme

5.1 Teknik sorunların çözülmesi

Cihazları çalıştırırken ve dijital ortamları kullanırken teknik sorunları tanımlamak ve bunları çözmek (sorun gidermeden daha karmaşık sorunları çözmeye kadar).

5.2 İhtiyaçların ve teknolojik müdahalelerin belirlenmesi

İhtiyaçları değerlendirmek ve bunları çözmek için dijital araçları ve olası teknolojik müdahaleleri belirlemek, değerlendirmek, seçmek ve kullanmak. Dijital ortamları kişisel ihtiyaçlara göre ayarlamak ve özelleştirmek (örn. erişilebilirlik).

5.3 Dijital teknolojileri yaratıcı bir şekilde kullanma

Bilgi üretmek, süreç ve ürünlerde yenilik yapmak için dijital araçları ve teknolojileri kullanmak.

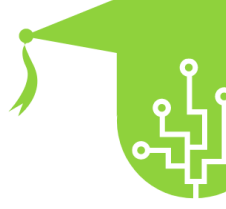
Kavramsal sorunları ve problemleri anlamak ve çözmek için bireysel ve kolektif olarak bilişsel süreçlere katılmak.

5.4 Dijital yetkinlik açıklarının tespit edilmesi

Kendi dijital yetkinliğinin nerede geliştirilmesi veya güncellenmesi gerektiğini anlamak.

Dijital yetkinliklerini geliştirme konusunda başkalarına destek olabilmek.

Kendini geliştirmek için fırsatlar aramak ve dijital evrimi takip etmek.



4. İLK 10 BECERİ

Öğrenciler ve işverenler için en iyi 10 istihdam edilebilir beceri.

1. Sosyal Medya

Dünya çapında 4,6 milyardan fazla aktif sosyal medya kullanıcısı var ve insanlar her ay ortalama 7,5 sosyal ağ kullanıyor. Bu rakamlar, küresel sosyal medya kullanıcı sayısında sadece bir yıl içinde yüzde 10'luk bir artış olduğunu ve bu artışın yavaşlama belirtisi göstermediğini ortaya koyuyor.

Sosyal medyayı anlama ve etkili bir şekilde kullanma becerisi, her profesyonelin sahip olması gereken temel ve değerli bir beceridir. Sosyal medya pazarlaması, bir tweet veya Facebook güncellemesi yayınlamanın ötesine geçer; markalar, influencer'lar ve tüketiciler arasındaki dinamik ilişkiyi anlamakla ilgilidir. Basitçe ifade etmek gerekirse, işletmelerin potansiyel dönüşüm için web sitelerine (veya ürünlerine) müşteri çekecek yollarla müşterilere ulaşması gerekir. Artık birçok tüketici soru sormak ya da yorum yapmak için sosyal medyaya başvurduğundan, iyi bir müşteri hizmetleri sağlamada da kilit bir rol oynamaktadır.

Sosyal medyanın etkisinin farkında olan eğitimciler, YouTube'dan TikTok pazarlamasına kadar her platformun inceliklerini ve mezunlara değerli ve uygulanabilir beceriler kazandırmak için toplumsal katılımı en üst düzeye çıkarma potansiyelini anlamalıdır.

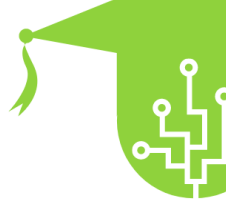
2. 2. Arama Motoru Pazarlaması (Search Engine Marketing) (SEM)

Sosyal medyanın ötesinde, Arama Motoru Pazarlaması (SEM) pazarlamacıların güvenmeye başladığı en etkili alanlardan biridir. Bir perspektife oturtmak gerekirse, internet kullanıcılarının %81'i satın alacakları bir ürün veya hizmet için internette arama yapıyor ve bu trafiğin %70'ini Google oluşturuyor.

SEM deneyimi olan öğrenciler, öncelikle ücretli reklamcılık yoluyla bir şirketin web sitesinin bir arama motorundaki (ör. Google veya Bing) görünürlüğünü artırabilir. Bu sayede işletme, arama motoru sonuç sayfasından aldığı web trafiğini çekecektir.

Öğrenciler SEM kullanarak arama trafiği sonuçlarını yakalayabileceklerdir. Bu nedenle pazarlamacılar, içerik yöneticileri ve web yöneticileri, mümkün olan en yüksek dönüşüm oranlarını sağlamak için özellikle mobil ve reklam kampanyaları için web sitelerini optimize etmeye büyük zaman harcarlar.

Çoğu şirket ürün veya hizmet satma işinde ve çevrimiçi platformlarda kolayca bulunabilmek için rakiplerini geride bırakmak istiyor. Covid-19 salgını sırasında satın almak için çevrimiçi olan müşteri sayısı, e-ticaret işlemlerinde bir artışa yol açtı. Statista'ya göre, Ocak ayında 16 milyar olan perakende



sitelerine ziyaret sayısı Haziran 2020'de neredeyse 22 milyara ulaştı. Bu çevrimiçi hareketlilik, Covid sonrası yavaşlama belirtisi göstermiyor.

Bu da arama pazarlaması hakkında bilgi sahibi olan iş arayan kişilerin, aranabilir ve görünür olmalarını sağlamak için kuruluşlar için çok değerli olacağı anlamına geliyor.

3. Analizler

Covid-19 döneminde birçok pazarlamacı, müşterileri hedefleyen veriye dayalı hassas pazarlama yerine kitlesel iletişime geri döndü. Bu bir hataydı. McKinsey'e göre, bir tüketim ürünleri şirketi, insanlar karantinadan çıktıkça güzellik ürünlerine olan talebin artacağını tahmin etti. Yeniden açılışları takip ederek ve verileri kullanarak medya harcamalarına odaklandılar ve satışlarda çift haneli bir artış gördüler.

Veriler öğrencilerinize, doğru kullanıldığında dönüşümleri, satışları ve geliri artıran etkili pazarlama kampanyalarıyla sonuçlanabilecek faydalı bilgiler sağlayabilir.

Yönetim eğitiminde bir lider olan ve genellikle modern yönetimin kurucusu olarak tanımlanan Peter Drucker şunları söylüyor:

"If you can't measure it, you can't manage it." "Ölçemiyorsanız, yönetemezsiniz."

Veri analitiği esasen öğrencilere daha iyi iş içgörülerini sağlamak için bilgiye ve veriye dayalı kararlar alma imkanı verir. Rakamlar, bir kampanyanın başarılı olup olmadığını ve yüzde kaç oranında başarılı olduğunu tanımlar. Önemli olan, bir sonraki kampanyayı iyileştirmek için hangi verilerin toplanacağını ve ölçüleceğini bilmektir. Şirketler, trendlere veya içgüdülerine dayanarak pazarlama paralarını boşa harcamak istemez. Önemli olan, her kampanya etkinliğini en üst düzeye çıkarmak ve yatırım getirisini optimize etmektir.

Analitik, SEM ile el ele gider, bu nedenle bu beceriler, bir işletmenin tüketicilerin ne istediğini ve dikkatlerini nasıl çekip koruyacağını anlamasını sağlamak için birlikte çalışır.

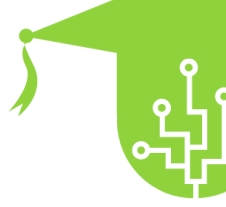
Veri analizinin gerçekte neyle ilgili olduğunu öğrenmek için öğrencilerinizi bu 'Bir Analist Olarak Yaşam' podcast'ine yönlendirin.

4. İçerik Pazarlama

İçerik pek çok şekilde karşımıza çıkar - blog yazıları, videolar, podcast'ler, infografikler hatta sosyal medya durum güncellemeleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Pazarlamacılar zamanlarını anahtar kelimeleri ve reklam kampanyalarını optimize etmek için harcayabilirler, ancak içerik hala en önemli unsurdur. Sonuçta, bir web sitesi veya sosyal medya sayfası içeriğiyle yönlendirilir ve bu içerik olmadan müşterilerin bir ürün veya hizmetin sağladığı faydaları anlamasının hiçbir yolu yoktur.

İçerik, marka bilinirliğini artırmada çok önemlidir ve markaları veya influencer'ları düşünce lideri olarak belirleyebilir. Bu nedenle, yeni işe başlayanların yalnızca içerik oluşturmanın değil, anahtar kelime araştırmasıyla ilgili içerik oluşturmanın ve bunları bir stratejide optimize etmenin önemini anlamaları gerekir. İçerik pazarlaması konusunda deneyim ve bilgi sahibi olan öğrenciler, kendilerini



herhangi bir sektörde kariyer yapmaya hazırlayacak değerli ve istihdam edilebilir bir beceriye sahip olacaklardır.

5. E-posta Pazarlaması

Müşterileri elde etmenin ve elde tutmanın en iyi yollarından biri denenmiş ve test edilmiş bir yöntem olan e-postadır.

E-posta, doğrudan pazarlamanın en eski biçimlerinden biridir ve müşteri edinme ve elde tutma konusunda hâlâ etkili bir yöntemdir. Startup'lardan çok uluslu şirketlere kadar, iyi bir e-posta pazarlama stratejisi başarılı kampanyaların başlatılmasına yardımcı olur.

Deneyimli bir dijital pazarlamacı, her bir pazarlama aşamasının dikkatle planlanması gerektiğini bilir. Bir web sitesinin düzeni de dahil olmak üzere kayıt sayfasından karşılama e-postasına kadar her adımın kullanıcıları çekmek ve etkileşim oluşturmak için optimize edilmesi gerekir.

İnsanlar sosyal medya hesaplarını veya ev adreslerini değiştirebilir ancak e-posta adreslerini değiştirmeye eğilimli değildir. Bu nedenle, tüketicilerle doğrudan bağlantı kurmak için e-posta pazarlamasının gücünü anlayan profesyoneller büyük talep görüyor.

Eğitimciler e-postayı eski moda bir araç olarak görmemeli, öğrencileri mevcut ve gelecekteki rollerinde e-postayı kullanmanın yollarını yeniden düşünmeye teşvik edilmelidir.

6. Mobile marketing

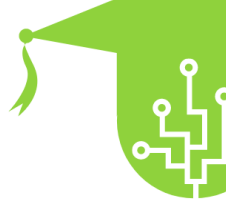
We Are Social and Hootsuite's 2021 Dijital raporuna göre, dünya nüfusunun %97'sinin cep telefonu kullanması ve tüm aktif bağlantıların %96'sının, akıllı telefonlardan gelmesiyle birlikte mobil bağlantılar üzerinde büyük bir artış yaşanmaktadır. Akıllı telefon trafiği artık masaüstü trafiğini (%64) aştığından, mobil öncelikli indeksleme artık Google tarafından sayfaları tararken ve içeriğe öncelik verirken kullanılıyor.

Bu değişikliğin etkisini anlamak için, mobil web sitelerinin kullanılabilirliğini ve hızını test etmek için tasarlanmış mobil dostu bir web uygulaması oluşturan Google'a bakmamız yeterli. Mobil uyumlu içerik kullanmak, masaüstü bilgisayarlara erişimi olmayan tüketiciler arasında arama görünürlüğünüzü artırabilir.

İş arayanlar, mobil arama ve kullanıcı deneyimindeki en son gelişmeleri kullanarak kampanyalarını optimize ederek bu bilgiyi kendi yararlarına kullanabilirler.

Kaynakça

1. Digital competence: the vital 21st-century skill for teachers and students
<https://www.schooleducationgateway.eu/en/pub/resources/tutorials/digital-competence-the-vital-.htm>
2. Guide to measuring information and communication technologies in education
http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/guide-to-measuring-information-and-communication-technologies-ict-in-education-en_0.pdf



	<p>3. 2022: DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes</p> <p>4. DigComp Framework https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp/digcomp-framework_en</p> <p>5. 10 Digital Skills That Can Make Students Instantly Employable in 2023 https://digitalmarketinginstitute.com/blog/10-digital-skills-that-can-make-students-instantly-employable</p> <p>6. https://digital-competence.eu/dc/en/front/what-is-digital-competence/</p>
<p>Kaynaklar (videolar, referans bağlantıları)</p>	<p>https://www.facebook.com/watch/?v=327496421482005</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=cIDOrZuJzVU</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=bC91nBabTMI</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=VG_Mov-24Qs</p> <p>https://www.csail.mit.edu/news/video-how-digi-comp-ii-works</p>