

DERS BİLGİ FORMU

DERSİN ADI	PROFESYONEL SATIŞ BECERİLERİ			
DERSİN SINIFI	11-12.Sınıf			
DERSİN SÜRESİ	Haftalık 4 Ders Saati			
DERSİN AMACI	Bu derste öğrenciye; etkili iletişim unsurlarını kullanarak temel satış ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır.			
DERSİN ÖĞRENME KAZANIMLARI	<ol style="list-style-type: none"> 1. İkna edici iletişimi değerlendirir. 2. Tüketici davranışlarını inceler. 3. Kişisel satış tekniklerini uygular. 			
EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI	Ortam: Atölye, Sınıf Donanım: Etkileşimli tahta/projeksiyon, bilgisayar, yazıcı/tarayıcı, konuyla ilgili araç-gereç, malzeme sağlanmalıdır.			
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Bu derste; öğrenci performansı belirlemeye yönelik çalışmalar değerlendirilirken gözlem formu, derecelendirme ölçeği ve dereceli puanlama anahtarı gibi ölçme araçlarından uygun olanlar seçilerek kullanılabilir. Bunun yanında öz değerlendirme ve akran değerlendirme formları kullanılarak öğrencilerin, öğretimin süreç boyutuna katılmaları sağlanabilir.			
KAZANIM SAYISI VE SÜRE TABLOSU	ÖĞRENME BİRİMİ	KAZANIM SAYISI	DERS SAATİ	ORAN (%)
	İkna Edici İletişim	4	40	28
	Tüketici Davranışları	4	40	28
	Kişisel Satış Teknikleri	5	64	44
	Toplam	13	144	100

ÖĞRENME BİRİMİ	KONULAR	ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI ve KAZANIM AÇIKLAMALARI
İkna Edici İletişim	<ol style="list-style-type: none"> 1. İknanın Psikolojik, Toplumsal ve Mantıksal Boyutları 2. İkna Edici İletişimde Kaynak, Mesaj ve Mesajın Alıcıları 3. Sözsüz İletişim ve İkna 4. İletişim Kampanyaları ve İkna 	<ol style="list-style-type: none"> 1. İkna kavramını açıklayıp iknanın psikolojik, toplumsal ve mantıksal boyutlarını değerlendirir. <ul style="list-style-type: none"> • İkna kavramı açıklanır. • Başarılı iknanın yolları değerlendirilir. • İknanın psikolojik ve toplumsal boyutları değerlendirilir. • İknanın toplumsal hayattaki önemi üzerinde durulur. • İknaya karşı koyma stratejileri değerlendirilir.

		<p>2. İkna edici iletişimde kaynak, mesaj, mesajın alıcılarını açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none">• İkna edici iletişimde kaynak kavramı açıklanır.• İkna edici iletişimde kullanılan yol ve yöntemler açıklanır.• İkna edici iletişimde kanıt seçimini etkileyen faktörler açıklanır.• İkna edici iletişimde kullanılan kanıt türleri açıklanır.• Mesajın yapısı ve içeriği açıklanır.• İkna edici iletişimde mesajın alıcıları ve hedef kitle açıklanır. <p>3. Sözsüz iletişim ve ikna kavramlarını değerlendirir.</p> <ul style="list-style-type: none">• Sözsüz iletişimin unsurları açıklanır.• Beden dili kavramı açıklanır.• İknada mekân ve zaman kavramı değerlendirilir.• İkna edici iletişimde renklerin anlamları üzerinde durulur.• Sözsüz iletişimin ikna açısından değerlendirilmesi yapılır. <p>4. İletişim kampanyaları ve ikna arasındaki ilişkiyi değerlendirir.</p> <ul style="list-style-type: none">• İletişim kampanyalarının özellikleri incelenir.• İletişim kampanyası türleri açıklanır.• İletişim kampanyaları ve ikna süreci değerlendirilir.
<p>Tüketici Davranışları</p>	<p>1. Tüketici Davranış Modelleri 2. Tüketici Kara Süreci ve Tüketici Tipleri 3. Satın Alma İlkeleri 4. Tüketicinin Korunması</p>	<p>1. Tüketici davranış modellerini açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tüketici davranışları tanımlanır.• Tüketici davranış özellikleri açıklanır.• Tüketicilerin satın alma davranış çeşitleri açıklanır.• Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler üzerinde durulur. <p>2. Tüketici karar süreci ve tüketici tiplerini değerlendirir.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tüketici karar alma süreci aşamaları açıklanır.• Tüketici karar verme sürecini etkileyen faktörler açıklanır.• Aile ve hane halkının satın alma karar süreci üzerindeki etkileri değerlendirilir.• Ailede ortak karar alma, çatışma süreci ve çatışmaların çözülmesi değerlendirilir.• Tüketici ve müşteri kavramları tanımlanır.• Tüketici ve müşteri kavramları arasındaki fark açıklanır.• Tüketici davranışları ve tiplerinin pazarlamadaki önemi açıklanır.• Tüketiciler özelliklerine göre sınıflandırılır.

		<ul style="list-style-type: none">• Özel tüketici gruplarının (Çocukların, gençlerin, yaşlı, engelli ve düşük geliri) tüketici davranışlarını ve karşılaşılan sorunlar açıklanır. <p>3. Satın almada dikkat edilecek ilkeleri listeler.</p> <ul style="list-style-type: none">• İhtiyaç, istek, mal, hizmet, değer, fiyat, para, gelir, tüketim, tüketici, tasarruf, tüketici bilinci (bilinçli tüketici), sürdürülebilir tüketim, çevre dostu tüketim vb. kavramlar açıklanır.• Satın almada tüketiciyi etkileyen faktörler açıklanır.• Alışveriş kavramı tanımlanır.• Alışveriş öncesinde, sırasında ve sonrasında dikkat edilecek hususlar açıklanır.• Giyim eşyası, gıda, elektrikli ve elektronik ev eşyaları ve temizlik eşyaları satın alırken dikkat edilmesi gereken noktalar açıklanır. <p>4. Tüketicinin korunmasıyla ilgili mevzuatı açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tüketici korunmasının gereği ve önemi açıklanır.• Tüketicinin korunmasını gerektiren nedenler açıklanır.• Tüketicinin korunmasında sorumlu taraflar ve görevleri açıklanır.• Tüketicinin eğitimi, bilgilendirilmesinin ve tüketicinin korunmasındaki önemi açıklanır.• ALO 175 hattı açıklanır.• Tüketicinin korunması ile ilgili kanun ve yönetmelikler açıklanır.• Ulusal ve uluslararası tüketici örgütlerinin işleyişlerini açıklanır.
Kişisel Satış Teknikleri	<ol style="list-style-type: none">1. Satış Elemanının Özellikleri2. Kişisel Satışta İletişim ve Beden Dili3. Müşteri İhtiyaçları ve Müşteriye Yaklaşım4. Kişisel Satış Sürecinde Müşteri İtirazları ve Karşılama5. Satış Kapama Teknikleri ve Satış Sonrası Hizmetler	<p>1. Satış elemanının özelliklerini açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none">• Kişisel satış tanımlanır.• Kişisel satışın özellikleri ve amaçları açıklanır.• Kişisel satışın avantaj ve dezavantajları açıklanır.• Satış elemanının görev ve sorumlulukları açıklanır.• Satış elemanı kavramı açıklanır.• Satış elemanının özellikleri açıklanır.• Satış elemanının sahip olması gereken temel bilgiler açıklanır.• Satış elemanının sorumlulukları listelenir.• Satış elemanının mesleki ve kariyer gelişimi açıklanır.• Satış elemanı ve müşteri ilişkileri arasındaki iletişim değerlendirilir. <p>2. Kişisel satışta etkili iletişimi ve beden dilini kullanır.</p> <ul style="list-style-type: none">• İletişim kavramı açıklanır.• Kişisel satışta iletişim süreci değerlendirilir.• Kişisel satışta iletişimin önemi açıklanır.• Kişisel satışta iletişimle etkileme yolları açıklanarak örnek uygulamalar yaptırılır.

		<ul style="list-style-type: none">• Kişisel satışta sözlü iletişimin nasıl olması gerektiği örnek uygulamalarla gösterilir.• Sözsüz iletişimin etkileri açıklanarak beden dilini kurallarına göre kullanması sağlanır.• Kişisel satışta iletişim alanı açıklanarak örnek uygulamaların yapılması sağlanır.• Kişisel satışta iletişim engelleri üzerinde durulur.• İletişimde dinlemenin önemi açıklanır.• Sunum sırasında iletişimin etkileri üzerinde durulur. <p>3. Müşteri ihtiyaçlarını ve müşteriye yaklaşım şekillerini açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none">• Müşteri ve ihtiyaç kavramları açıklanır.• Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi açıklanır.• Müşterilere yaklaşım şekilleri üzerinde durulur.• Müşteri yaklaşımında kullanılacak soru teknikleri üzerinde durulur.• Müşteri yaklaşımında yapılması ve yapılmaması gerekenler listelenir.• Müşteriye yaklaşım teknikleri açıklanır. <p>4. Kişisel satış sürecinde müşteri itirazları karşılama tekniklerini açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none">• Müşteri itirazı kavramı tanımlanır.• Müşteri itirazı çeşitleri ve önemi üzerinde durulur.• Satış süreci ve müşteri itirazları açıklanır.• Müşteri itirazları karşısında tutum ve yaklaşım açıklanır.• Müşteri itirazlarının ortaya çıkış nedenleri üzerinde durulur.• Müşteri itirazlarına cevap vermede zamanlamanın önemi açıklanır.• Müşteri itirazlarını karşılama yöntemleri üzerinde durulur.• Müşteri itirazlarının karşılanmasında dikkat edilmesi gereken unsurlar açıklanır. <p>5. Satış kapama tekniklerini ve satış sonrası hizmetleri değerlendirir.</p> <ul style="list-style-type: none">• Satış kapama kavramı açıklanır.• Satış kapama yaklaşımları değerlendirilir.• Kapanış sorusu teknikleri listelenir.• Tavsiye satış kuralları ve stratejileri değerlendirilir.• Satışın sona erdirilmesi ve izlenmesi değerlendirilir.• Satış sonrası müşteri hizmetleri ve müşteri şikâyetleri üzerinde durulur.
--	--	---

UYGULAMA FAALİYETLERİ/TEMRİNLER

Uygulama faaliyeti/temrinler; ders kazanımına uygun olarak okulun fiziki kapasitesi ve donatımı, öğrenci sayısı göz önünde bulundurularak en fazla uygulama faaliyeti/temrini yaptıracak şekilde meslek alan zümre öğretmenler kurulu tarafından seçilir. Meslek alan zümre öğretmenleri tarafından aşağıda yer alan temrinlerden farklı temrinlerin uygulanmasına karar verilebilir.

İkna Edici İletişim	<ol style="list-style-type: none">1. İkna edici iletişimin pazarlamadaki yansımasıyla ilgili sunu hazırlama2. İkna etmekle ilgili güzel sözlerden broşür hazırlama3. İkna teknikleriyle ilgili sunu hazırlama4. İkna edici iletişimde tutum ve davranış değişikliğiyle ilgili sunu hazırlama5. İknanın ilkeleriyle ilgili tablo hazırlama
Tüketici Davranışları	<ol style="list-style-type: none">1. Tüketici davranışlarıyla ilgili sunu hazırlama2. Tüketici davranış özellikleriyle ilgili broşür hazırlama3. Kültürel faktörlerin tüketici davranışlarına etkisiyle ilgili sunu hazırlama4. Satın alma sürecinde aile arasında yaşanan çatışma konularıyla ilgili sunu hazırlama5. Tüketici karar verme süreciyle ilgili pano hazırlama6. Tüketici tiplerini canlandırma yöntemiyle sunma7. Genç tüketicilerin satın almadaki rolüyle ilgili sunu hazırlama8. Çevre dostu tüketimle ilgili sunu hazırlama9. Özgün bir tasarımla çevre dostu alışveriş çantası, filesi hazırlama10. Tüketicinin Korunması Kanunu ile ilgili broşür hazırlama11. Alo 175 hattıyla ilgili broşür hazırlama
Kişisel Satış Teknikleri	<ol style="list-style-type: none">1. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisiyle ilgili grafik hazırlama2. Müşteri şikâyet formu oluşturma3. Dinlemenin önemini vurgulayan atasözleriyle ilgili kartlar hazırlama4. Etkili sunum teknikleriyle ilgili sunu hazırlama5. İnsanlararası ilişkilerde uyulması gereken mesafelerle ilgili canlandırma yapma6. Yanlış anlamalardan ortaya çıkan itirazlara yaklaşım şekliyle ilgili sunu hazırlama

DERSİN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

- Öğrencilerin araç ve gereçleri iş sağlığı ve güvenliği kurallarına uygun kullanmalarına yönelik açıklamalar yapılmalıdır.
- Zümre öğretmenler kurulu temrinlerden okulun fiziki şartlarına, atölye ve öğrenci sayılarına ve seviyelerine göre uygun olanları seçerek uygulayacaktır. Temrinler mutlaka tamamlanacaktır.
- Bu derste öğrencilere yaptığı çalışmalara sınıf arkadaşlarına sunmasına fırsat verilerek iletişim becerilerinin gelişmesi sağlanmalıdır.
- Anlatımdan ve örnek çalışmalardan sonra, dersin öğrenme kazanımlarının öğrencide pekiştirilmesi amacıyla birden fazla uygulama faaliyeti yapılmalıdır.
- Bu derste, verilen görevi yapma, özgüven, sabır, girişkenlik, birlikte hareket etme, eldeki var olan imkânları yerinde yeterli ve verimli kullanma, meslek ahlakı, sorumluluk, kurallara uyma, dürüstlük, ekonomi, çevre koruma, ev ekonomisi, israftan kaçınma, kanaatkâr olma gibi değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir. Bu etkinliklerde sunuş tekniği, gösterip yaptırma vb. yöntem ve teknikler kullanılmalıdır.
- Bu dersin işleniş sırasında saygı, nezaket, hoşgörü empati, kendini düzgün ifade edebilme, planlı olma vb. değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir.