

## DERS BİLGİ FORMU

<b>DERSİN ADI</b>	<b>E-TİCARET UYGULAMALARI</b>			
<b>DERSİN SINIFI</b>	<b>10. Sınıf</b>			
<b>DERSİN SÜRESİ</b>	<b>3 Ders Saati</b>			
<b>DERSİN AMACI</b>	Bu derste öğrenciye; iş sağlığı ve güvenliği tedbirleri doğrultusunda e-ticaret uygulamaları ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır.			
<b>DERSİN KAZANIMLARI</b>	1. E-Ticaret ile ilgili temel bilgileri açıklar. 2. E-İhracat ile ilgili temel bilgileri açıklar.			
<b>EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI</b>	<b>Ortam:</b> Muhasebe ve Finansman laboratuvarı/atölyesi <b>Donanım:</b> Etkileşimli tahta/projeksiyon, bilgisayar, dış ticaret mevzuatı ile ilgili kanunlar sağlanmalıdır.			
<b>ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME</b>	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.			
<b>DERSİN KAZANIM TABLOSU</b>	<b>ÖĞRENME BİRİMİ/ÜNİTE</b>	<b>KAZANIM SAYISI</b>	<b>DERS SAATİ</b>	<b>ORAN (%)</b>
	<b>E-Ticaret</b>	6	57	52,8
	<b>E-İhracat</b>	7	51	47,2
		<b>13</b>	<b>108</b>	<b>100</b>

<b>ÖĞRENME BİRİMİ</b>	<b>KONULAR</b>	<b>ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI ve KAZANIM AÇIKLAMALARI</b>
<b>1. E-Ticaret</b>	1. E-Ticaretin Tanımı ve Tarihsel Gelişimi 2. E-Ticaretin Avantajları-Dezavantajları 3. E-Ticaret Türleri 4.E-ticarette Diğer Yöntemler 5.Ürün Yönetimi 6. Dijital Pazarlama	<b>1. E-Ticaretin tanımı ve tarihsel gelişimini açıklar.</b> <b>2. E-Ticaretin avantajlarını-dezavantajlarını açıklar.</b> <b>3. E-Ticaret türlerini açıklar.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• İşletmeler arası Elektronik Ticaret (B2B - Business to Business),</li><li>• İşletme-Tüketici Arası Elektronik Ticaret (B2C - Business to Consumer),</li><li>• Tüketiciden İşletmeye Elektronik Ticaret (C2B - Consumer to Business),</li><li>• Tüketici-Kamu İdaresi Arası Elektronik Ticaret (C2C - Consumer to Consumer),</li></ul>

- Şirketten Çalışana Eletronik Ticaret (B2E - Business to Employee) konuları üzerinde durulur.

#### **4. E-ticarette diğer yöntemlerini açıklar.**

- Dropshipping,
- Affiliate Marketing,
- Arama Motoru Optimizasyonu(SEO),
- Sosyal Medya ve E-Ticaret,
- E-Ticarette Domain ve Sunucu Seçimi,
- Yerel E-Ticaret,
- Mobil Ticaret,
- Google Adwords,
- Facebook Reklamcılık,
- E-Ticarette Ölçümleme,
- Dönüşüm Oranı Optimizasyonu,
- Google Analytics,
- Yandex Metrica,
- Feedback Yönetimi,
- E-Ticaret ve Blog Yönetimi,
- XML ve Bayi Zinciri,
- Altyapı Yazılımları konuları üzerinde durulur.

#### **5. Ürün yönetimini açıklar**

- Tedarik ve Stok Yönetimi,
- Marka ve Kategori Yönetimi,
- Teslimat ve Ödeme,
- İade ve İptal Süreçleri,
- Fiyat Belirleme ve Maliyet Analizi,
- Güvenlik ve Gizlilik,
- Girişimcilik konuları üzerinde durulur.

#### **6. Dijital pazarlamayı açıklar.**

- Dijital Pazarlama Metrikleri,
- Dijital Pazarlamada Kanallar,
- Sınır Ötesi Dijital Pazarlama,
- Dijital Pazarlama Siteleri (Şirketleri),
- Arama Motoru Pazarlaması (SEM) ve ADWORDS,
- Yeniden Pazarlama (Remarketing),
- Sosyal Medya Reklamları,
- E-Posta Pazarlaması,
- Elektronik Veri Girişi ve Güvenliği konuları üzerinde durulur.

<p><b>2. E-İhracat</b></p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. E-İhracat Kavramı</li><li>2. E-İhracatın Kuralları</li><li>3. E-İhracatın Yöntemleri</li><li>4. E-İhracatta Ana Pazarlar</li><li>5. E-İhracatta Uygun Alt Yapı Oluşturulması</li><li>6. E-İhracatta Marka Tescili</li><li>7. Bölge Bazlı Pazaryerlerinde Satışı açıklar.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li><b>1. E-İhracat kavramını açıklar.</b><ul style="list-style-type: none"><li>• E İhracat kavramı ve önemi üzerinde durulur.</li></ul></li><li><b>2. E-İhracatın kurallarını açıklar.</b><ul style="list-style-type: none"><li>• E-İhracatın kuralları sıralanarak açıklanır.</li></ul></li><li><b>3. E-İhracatın yöntemlerini açıklar.</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Sosyal Medya ile E-İhracat,</li><li>• Pazar Yerleri ile E-İhracat,</li><li>• Kendi Sitemiz Üzerinden E-İhracat konuları üzerinde durulur.</li></ul></li><li><b>4. E-İhracatta ana pazarları açıklar.</b><ul style="list-style-type: none"><li>• ABD Bölgesi, AB Bölgesi, CIS Bölgesi, Körfez Bölgesi, Latin Amerika Bölgesi konuları üzerinde durulur.</li></ul></li><li><b>5. E-İhracatta uygun altyapı oluşturulmasını açıklar.</b><ul style="list-style-type: none"><li>• E-İhracat Sitesi Kurma Aşamaları,</li><li>• Ürün Gönderim Yolları,</li><li>• Kurulacak İnternet Sitesinin Özellikleri,</li><li>• Ürün Sınıflandırılması (HS CODE, GTIP)</li><li>• Küresel Ödeme Yöntemleri,</li><li>• E-İhracatta Devlet Destekleri,</li><li>• Yurt Dışında Şirket Kurulumu,</li><li>• Lojistik ve İade Süreci konuları üzerinde durulur.</li></ul></li><li><b>6. E-İhracatta marka tescilini açıklar.</b><ul style="list-style-type: none"><li>• E-İhracatta Marka Tescilinin Önemi hakkında bilgi verilir.</li><li>• Marka İsmi Seçerken Dikkat Edilmesi Gerekenlerden bahsedilir.</li><li>• Uluslararası Marka Tescili Nasıl Yapılır? Sorusunun aşamaları üzerinde durulur.</li></ul></li><li><b>7. Bölge bazlı pazaryerlerinde satışı açıklar.</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Amazon, Etsy, Asos, Allegro, Zalando, La Redoute, Joom.com, Yandex.Market, Wildberries, Lamoda, Rozetka, Ebay, Walmart, Aliexpress, Google üzerinde durulur.</li></ul></li></ol>
----------------------------	---	--

**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.

### 1. E-Ticaret

1. E-Ticaret kavramı ile ilgili kavram haritası yapmak.-1
2. E-Ticaretin Avantajları ve Dezavantajları ile ilgili pano hazırlamak.-1
3. E-Ticaret Türleri ile ilgili resimli pano hazırlamak.-1
4. E-Ticarete diğer yöntemlerin her biri için sunum hazırlamak.-1
5. Ürün yönetimi ile ilgili sunum hazırlamak.-1
6. Dijital Pazarlama Metrikleri-1, Dijital Pazarlamada Kanallar-1, Sınır Ötesi Dijital Pazarlama-1, Dijital Pazarlama Siteleri (Şirketleri)-1, Arama Motoru Pazarlaması (SEM) ve ADWORDS-1, Yeniden Pazarlama (Remarketing)-1, Sosyal Medya Reklamları-1, E-Posta Pazarlaması-1, Elektronik Veri Girişi ve Güvenliği-1 ile ilgili sunum hazırlamak.

### 2. E-İhracat

1. E-İhracat kavramı ile ilgili kavram haritası yapmak.-1
2. E-İhracatın kuralları ile ilgili sunum hazırlamak.-1
3. Sosyal Medya ile E-İhracat-1, Pazar Yerleri ile E-İhracat-1, Kendi Sitemiz Üzerinden E-İhracat-1 ile ilgili sunum hazırlamak.
4. ABD Bölgesi-1, AB Bölgesi-1, CIS Bölgesi-1, Körfez Bölgesi-1, Latin Amerika Bölgesi-1 ile ilgili pano hazırlamak. Ayrıca harita üzerinde işaretlemek.
5. E-İhracat Sitesi Kurma Aşamaları-1, Ürün Gönderim Yolları-1, Kurulacak İnternet Sitesinin Özellikleri-1, Ürün Sınıflandırılması (HS CODE, GTIP)-1, Küresel Ödeme Yöntemleri-1, E-İhracatta Devlet Destekleri-1, Yurt Dışında Şirket Kurulumu-1, Lojistik ve İade Süreci -1, E-İhracatta Uygun Alt Yapı -Oluşturulması-1 ile ilgili sunum hazırlamak.

## DERSİN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

- Öğrencilere, iş sağlığı ve güvenliği kurallarına yönelik somut açıklamalar yapılmalıdır.
- Bu derste; öğrencilerin, yaptığı çalışmaları sınıf arkadaşlarına sunmasına fırsat verilerek iletişim becerilerinin gelişmesi sağlanmalıdır.
- Bu derste; öğrencilerin yapacakları çalışmalarda ve sunumlarda, dijital becerilerinin gelişmesi amacıyla gerekli olan akıllı tahta, bilgisayar, projeksiyon cihazı, ofis yazılımları vb. olanaklar sağlanmalıdır.
- Bu derste; öğrenci merkezli öğrenme-öğretme yöntem ve tekniklerinden faydalanılarak, öğrencilerin derse aktif olarak katılmaları sağlanmalı, bu şekilde öğrencilerde inisiyatif alma ve girişimcilik becerilerinin gelişmesi sağlanmalıdır.
- Bu derste; etik davranma, dürüstlük, güvenilir olma, öz denetim, vatanına ve devletine karşı sorumlu olma, üretken olma gibi değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir. Bu etkinliklerde beyin fırtınası, düz anlatım, soru cevap ve örnek olay incelemesi gibi yöntem ve teknikler kullanılabilir.