



## Uygulamalı Elektronik Pazarlama Dersi Öğretim Programının Eğitsel Eleştiri Modeline Göre Değerlendirilmesi: Adnan Menderes Üniversitesi Örneği

Kerim GÜNDOĞDU<sup>1</sup>, Berkay ÇELİK<sup>2</sup>, Mehmet  
ALTIN<sup>3</sup>, Erkan Kadir ŞİMŞEK<sup>4</sup>



### ÖZET

Ülkemizde hemen her sektördeki ara eleman ihtiyacını karşılamak üzere Meslek Yüksekokulları (MYO) açılmıştır. Bu okullarda açılan bölümlerin verdikleri eğitim ise çok çeşitlidir. Fakat alan yazında MYO ve bu okullarda verilen eğitim ile ilgili çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmanın amacı Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Uygulamalı Elektronik Pazarlama Dersi öğretim programını değerlendirmektir. Bu kapsamda nitel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Adnan Menderes Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü 2. sınıfta okuyan 40 öğrenciye ulaşılmıştır. Öğrencilere derse yönelik açık uçlu sorulardan oluşan görüşme formu uygulanmıştır. Toplanan veriler içerik ve frekans analizi yöntemleriyle analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda derse ilişkin teknik sorunların dersin işlenişine engel olduğu; elektronik ticaret konusunda dersin yarar sağladığı; sürenin yeterli olduğu; derste genellikle sunuş yoluyla öğretim stratejisinin kullanıldığı ve derse yönelik internet aracılığıyla çeşitli bilgilere ulaşmanın mümkün olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Böylece dersin öğretim programı değerlendirilmiş ve programa ilişkin bazı öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Program değerlendirme eğitsel eleştiri modeli, meslek yüksekokulları, elektronik pazarlama.

## Evaluation of Electronic Marketing Practicum Course According to Educational Criticism Model: The Case of Adnan Menderes University

### ABSTRACT

Many Vocational Schools have been opened to meet the demand of intermediate staff in Turkey. The education in those schools is diverse. However, there are not too many studies about the Vocational Schools in the literature. This study aims to evaluate the curriculum of Applies E-Marketing course in the Marketing and Advertising Department. This study is a qualitative research. 40 students of Adnan Menderes University Vocational School, Marketing and Advertising Department at their 2nd years were reached. The students were given an interview form consisting of several open ended questions. The collected data were analyzed by using content and frequency analyses methods. The results indicated that some technical problems make course implementation difficult; duration was adequate; expository teaching strategy was used and the course provides students various documents. Lastly, the curriculum of the course was evaluated and some recommendations were put forward.

**Keywords:** Curriculum evaluation, educational criticism model, vocational high school, electronic marketing

<sup>1</sup> Adnan Menderes Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü.

<sup>2</sup> Aydın İl Milli Eğitim Müdürlüğü.

<sup>3</sup> Adnan Menderes Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü

<sup>4</sup> Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Meslek Yüksekokulu

## 1. Giriş

Eğitim, bireyde istenilen yönde davranış değişikliği oluşturma sürecidir (Küçükahmet, 2008). Eğitim programı ise bu istendik davranış değişikliğinin oluşturulacağı hedef kitlenin özelliklerine göre davranış değişikliğinin oluşmasını sağlayacak öğrenme yaşantılarını ve bunların etkilerini belirleme süreçlerini kapsar. Eğitimde değerlendirme ise istendik davranış değişmelerinin program tasarısında saptanan ölçütlere göre beklenen sonuçlara ulaşım ulaşıldığını ortaya çıkarmak için başvuru olan bir ölçüt olarak ortaya çıkmaktadır (Yüksel ve Sağlam, 2014).

Alan yazında değerlendirme ile ilgili birçok tanım mevcuttur. Sözlüklere bakıldığında; değer biçme, kıymetlendirme, bir şeyin özünü, önemini, nitelik ve niceliği saptamak ve arttırmak gibi tanımlara rastlanmaktadır (TDK, 2015; Dil Derneği, 2015). Uşun'a (2012) göre değerlendirme; sistematik veri toplama ve analizini esas alan bilimsel araştırma süreçleri kullanılarak geliştirilmiş olan bir programın; doğruluğu, gerçekçiliği, yeterliliği, uygunluğu, verimliliği, etkililiği, yararlılığı, başarısı ve yürütülebilirliği vb. herhangi bir özelliği hakkında karar verme süreci olarak tanımlanabilir.

Eğitimde program değerlendirme modelleri adı altında birçok model mevcuttur (Uşun, 2012; Yüksel ve Sağlam, 2015). Bu modellerden biri de 1977 yılında Elliot W. Eisner tarafından geliştirilen Eğitsel Eleştiri Değerlendirme Modeli'dir (Uşun, 2012). Eisner, modelindeki aşamaları, eğitim uzmanının program değerlendirme sürecinde izlenmesi gereken adımlar olarak sıralamıştır. Eisner'a göre (1998; akt. Kumral ve Saracaloğlu, 2011) bu adımlar:

1. *Betimleme*: Betimleme aşamasında amaç, ortamın veya sürecin neye benzediğine yönelik olarak okuyucunun gözünde bir resim oluşturmaktır. Betimleme, okul veya sınıftaki olumlu ya da olumsuz durumların anlaşılmasını kolaylaştırmalıdır. Eğitsel eleştiri mutlaka durumun niteliği hakkında bilgi verebilmelidir. Bu bilgiler düzgün ve anlamlı olarak ifade edilmeli, fakat nadiren yeni sözcükler içermelidir. Bilgiler, süslenmiş bir edebi dilden uzak, ana amacı sadece okuyucunun bilmesine yardımcı olacak şekilde düzenlenmelidir.

2. *Yorumlama*: Eğitsel eleştiri sadece yaşantıları anlatmak değil aynı zamanda bunlardan anlamlar çıkarmak ve açıklamaktır. Betimleme, ne olduğu ile uğraşmak ise yorumlama niçin ve nasıl olduğu üzerine odaklanmayı gerektirmektedir.

3. *Değerlendirme*: Eğitsel eleştiri olarak adlandırılan nitel değerlendirme çalışmasında, eğitsel sürecin, var olduğu haliyle değerlendirilmesi oldukça önemlidir. Bu boyutta, öğrencinin çalışmasının veya sınıf etkinliklerinin eğitimsel anlamda yanlış ya da doğru olup olmadığının belirlenmesi, yapılan çalışmaların ne kadar sağlıklı ya da sağlıklı olmadığını bilerek düzenlenmesine izin verir.

4. *Temalaştırma*: Eğitsel eleştiri modelinde son boyut temalaştırmadır. Bir eğitsel eleştiri çalışmasında yer alan temaların formüle edilmesinin anlamı, eleştiri yazısında yer alan ve tekrar eden mesajların tanımlanmasıdır. Temalar, durum ya da kişinin ön plana çıkan özellikleridir. Temalar, temel özelliklerin bir özetini sunar.

Kalifiye personelin niteliği tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de önem kazanmaktadır. Nitelikli ve kalifiye eleman yetiştirmenin yolu ise mesleki ve teknik eğitimden geçmektedir. Meslek Yüksek Okulları (MYO) örgün eğitimin bir kolu niteliğindedir. Kısaca tanımlamak gerekirse MYO'lar birden fazla iş kolunda faaliyet göstererek mesleki ve teknik eğitim veren iki yıllık eğitim öğretim programı sürdüren kurumlardır. (Davras ve Bulgan, 2012). Bu nedenlerden dolayı ülkelerin ekonomik gelişimine katkı sağlayan çeşitli sektörlerin ihtiyacı

olan kalifiye eleman yetiştiren meslek yüksekokulların önemi yadsınamaz bir gerçektir (Yücebaş, Alkan, Atasağun, Egeli, 2013). Ayrıca ekonomik kalkınma planlarında “Mesleki teknik eğitime öncelik verilmesi temel ilkedir.” ifadesine yer verilmiştir (DPT:1989: 354; 1996: 29; 2000: 98’den aktaran Davras ve Bulgan, 2012). Aslında Türkiye’de mesleki ve teknik eğitim örgün eğitim ve yaygın eğitim olarak ikiye ayrılmaktadır. Yaygın eğitim kapsamında Mesleki Eğitim Merkezleri gibi kurs ve eğitim programları sayılabilmektedir. Diplomaya yönelik olan örgün eğitim, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı meslek liseleri ve YÖK’e bağlı MYO’ları, Yüksekokullar, Lisans, Yüksek lisans ve Doktora programlarından oluşmaktadır (Tuyluoğlu, 2003: 35’den aktaran Davras ve Bulgan, 2012).

Türkiye’de 2-3 yıllık ön lisans okulları uygulamalarına 1974 yılından itibaren başlanmıştır. Bu alandaki ilk uygulamalar, Ege Üniversitesine bağlı Balıkesir ve Denizli Ön Lisans Okulları olmuştur. Daha sonra Boğaziçi ve Hacettepe Üniversitelerinde bu tür uygulamaya devam edilmiştir. Milli Eğitim Bakanlığı da 1975-1976 öğretim yılında kendi bünyesinde oluşturduğu “Yaygın Öğretim Kurumu” (YAY-KUR) ile geniş çaplı ön lisans uygulaması başlatmıştır. Meslek yüksekokulları adı altında başlatılan bu uygulamada, eğitim-öğretim süresi iki yıl olarak belirlenmiş ve teknik, sosyal bilimler ve hayati bilimlerin çeşitli dallarını kapsamıştır. Meslek Yüksekokulları 1982 yılına kadar YAY-KUR bünyesinde faaliyet gösterirken, 41 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile 1982 yılında üniversitelere bağlanmıştır. Meslek yüksekokulları halen üniversitelere bağlı olarak faaliyet göstermekte ve kurulabilmektedirler. Bugün, meslek yüksekokullarının bazıları fakültelere, bazıları da rektörlüklere bağlı olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler (Balcı ve Kavak, 2002; akt. Örs, 2003).

Tarihsel süreci içerisinde değişik misyonlar yüklenmiş olan meslek yüksekokulları, günümüzde ticaret, sanayi ve hizmet sektörlerinin ihtiyaç duyduğu, alanlarında yeterli bilgi ve beceriye sahip ara elemanların yetiştirilmesi amacıyla kurulmuş mesleki ve teknik eğitim sisteminin en önemli bileşeni olan yükseköğretim kurumlarından. Meslek yüksekokullarında verilen eğitimin; ulusal ve uluslararası gereksinimler, gelişen teknoloji ve iş dünyasının ihtiyaçları doğrultusunda analiz edilip, gerekli düzenlemelerin yapılması, bu okul mezunlarının ilgili sektörlerde tercih edilen elemanlar olarak daha hızlı bir şekilde istihdam edilmelerini kolaylaştırıcaktır. Türkiye’deki pek çok sanayici/işadami, ihtiyaç duydukları yeterli bilgi ve beceriye sahip nitelikli eleman temini konusunda ciddi sıkıntılar yaşadıklarını ifade etmektedir. Bu konuda çok önemli mesafeler kat edilmiş olmakla birlikte, hala yapılması gereken pek çok çalışma olduğu da bir gerçektir (Alkan, Suiçmez, Aydıncal ve Şahin, 2014).

Pazarlama bölümünün öğrencilerin gözündeki cazibesini arttırabilmek uzun süredir tartışma konusu olmaktadır (Hughstad 1997:4-13; LaBarbera ve Siminoff 1999:4-14’den aktaran Özsoy ve Gelibolu, 2010). Fakat pazarlama eğitimi veren kurumların hali hazırdaki durumları ve verdikleri eğitimin niteliği ile ilgili değişkenler ve bunların değiştirilmesi ile ilgili yapılan çok az sayıda çalışma bulunmaktadır (Gren, 1994’den aktaran Özsoy ve Gelibolu, 2010). Daha önceki yıllarda; pazarlamanın bir ana dal olarak pazarlanması (Hughstad, 1997), seçmeli ders olarak pazarlamanın öğrenciler tarafından tercih edilmesinin nedenleri (Stafford, 1994:26-33), öğrencilerin neden ana dallarını değiştirdikleri (Kohli, 1995), pazarlamanın ana dal olarak seçim kriterleri (Schmidt vd., 1987:58-63), işletme öğrencilerinin giriş seviyesindeki pazarlama derslerini tercih etme nedenleri (Juric vd., 1997:65-76) gibi konular araştırılmıştır (Özsoy ve Gelibolu, 2010). Oysa ki günümüz dünyasında ürün pazarlama ve reklamın hemen hemen tüm mesleklerde etkisi büyüktür. Özellikle son yıllarda internetin firmaların üretim ve pazarlama işlevlerinde etkin kullanımının önemi daha iyi anlaşılılmaya başlamıştır. İnternet yeni bir buluştur. Böyle

olmasına rağmen çok kısa bir zaman diliminde teknolojiyi, inovasyonları, sosyal ve ekonomik yaşamı derinden etkilemiştir. Her türlü ses, görüntü ve verinin sabit ve mobil hatlar üzerinden taşınmasını sağlayan bilgi ve iletişim teknolojileri her geçen gün dünyayı birbirine daha sıkı bağlamaktadır (İyiler, 2009). Bu durumda Pazarlama ve Reklamcılık Birimi'nden mezun olacak öğrencilerin elektronik pazarlama ve reklamda yetkin olması gerekmektedir.

Bu çalışmada, Aydın Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Birimi'nde okutulmakta olan Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersinin Eisner'in eğitsel eleştiri modeline dayalı olarak betimleme, yorumlama, değerlendirme ve temalaştırma bağlamında değerlendirilmesi hedeflenmiştir.

## 2. Yöntem

### 2.1. Araştırma Modeli

Bu çalışma, Adnan Menderes Üniversitesi (ADÜ) Meslek Yüksek Okulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde okutulan 'Uygulamalı Elektronik Pazarlama' dersi öğretim programı hakkında öğrenci görüşlerinin alınması amacıyla yapılan nitel boyutlu bütüncül tek durum çalışmasıdır. Yin'e (1984) göre durum çalışması, araştırılan olguyu kendi yaşam çerçevesi içinde inceleyen, olgu ve içinde bulunduğu ortam arasındaki sınırların kesin hatlarla belirgin olmadığı ve birden fazla kanıt veya veri kaynağının mevcut olduğu durumlarda kullanılan bir araştırma yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Araştırma desenini oluşturan durum çalışmasında da geniş örneklemeler kullanılarak sınırlı sayıdaki değişkeni katı kurallar doğrultusunda ele almak yerine, bir olay ya da durum üzerinde boyamsal ve derinlemesine inceleme yapılmaktadır (Flyvbjerg, 2006).

### 2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2014 – 2015 eğitim-öğretim yılında Aydın ilinde bulunan Adnan Menderes Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü 2. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Hazırlanan açık-uçlu sorulardan oluşan görüşme formunun uygulanmasında, nitel araştırma yaklaşımında kullanılan kolay ulaşılabirlik durum örneklemesi yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımına uygun olarak Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü 2.sınıf öğrencilerinden toplam 40 öğrenciye ulaşılmıştır. Ancak üç öğrenciden gelen verilerin eksik olması nedeniyle toplamda ulaşılan öğrenci sayısı 37'ye düşmüştür. Bu öğrencilerden 16'sı (%43,25) kadın, 21'i (%56,75) ise erkektir. Örneklemdeki öğrencilerin yaş ortalaması ise 21'dir. Bu öğrencilere araştırma kapsamında hazırlanan 'Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersi açık-uçlu sorulardan oluşan görüşme formu' uygulanmıştır. Elde edilen veriler uygun yöntemlerle analiz edilmiştir.

### 2.3. Ölçme Aracının Hazırlanması ve Uygulanması

ADÜ MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü 2. sınıf öğrencilerinin Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersi öğretim programının öğrenci görüşleri açısından geri bildirimlerini almak için verilerin toplanmasında araştırmacılar tarafından hazırlanan açık-uçlu görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formunun hazırlanmasında gerekli alan yazın taraması yapılmıştır. Yapılan alan yazın taraması sonrasında Uygulamalı Elektronik Pazarlama Dersinin öğretim programı incelenmiş ve öğrencilerin ulaşması beklenen kazanımlar, dersin işlenişinde kullanılan yöntem ve teknikler, öğretim elemanının ve öğrencilerin durumu, öğrenme ortamının durumu, dersin işlenmesi sırasında yaşanan aksaklıklar vb. konular göz önünde bulundurularak öğrencilere yöneltilecek sorular hazırlanmıştır.

Hazırlanan açık-uçlu sorular öncelikle alan uzmanları tarafından incelenmiştir. Sonrasında dil uzmanına danışılarak açık ve anlaşılır olması sağlanmıştır. Son olarak iki öğrenciyle de anket bir defada doldurulmuş, yanlış anlamalar giderilmiş ve bu uygulama pilot uygulama yerine geçmiştir. Uygulamalı Elektronik Pazarlama Dersine ait açık-uçlu sorulardan oluşan görüşme formunun son şekli verilmiştir. Öğrencilerin soruları daha iyi değerlendirebilmeleri için ölçme aracı soruları gerekli sayıda çoğaltılarak sınıf ortamında gruplar halinde örneklem dâhilindeki öğrencilere uygulanmıştır. Uygulama esnasında dersten sorumlu öğretim elemanı ve idareciler gerekli koşulları ve motivasyonu sağlamışlardır. Araştırmacılar, öğrencilere yapılan araştırma hakkında bilgi vermiş, öğrencilerin anlamadıkları sorular hakkında gerekli açıklamaları yapmıştır.

#### **2.4. Verilerin Analizi**

Araştırmada açık uçlu görüşme sorularından elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilip yorumlanmıştır. Betimsel analizde elde edilen veriler, çeşitli temalara göre özetlenip yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Yıldırım ve Şimşek (2008), betimsel analizi dört aşamada açıklamaktadır: betimsel analiz için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması. Bu çerçevede öğrencilerden elde edilen veriler (öğr.1, öğr.2...vb) şeklinde kodlanarak, eğitsel eleştiri modeli aşamaları dikkate alınarak oluşturulan temalara dayalı olarak sunulmuştur.

### **3. Bulgular ve Yorum**

Bu bölümde Pazarlama ve Reklamcılık Birimi Uygulamalı Elektronik Pazarlama ders programı Eisner'ın Eğitsel Eleştiri Modeli'ne göre değerlendirilmiş ve bulgular modelin dört aşaması olan "betimleme, yorumlama, değerlendirme ve temalaştırma" başlıkları altında ele alınmıştır.

#### **3.1. Betimleme Aşaması**

Bu kısımda, okuyucunun var olan durumu bütün açıklığı ile görebilmesi için uygulamalı elektronik pazarlama dersinin içeriği ve bu içeriği alan katılımcı öğrencilerin bu dersin kendilerini mesleğe hazırlayabilme durumuna yönelik algıları, alt başlıklar halinde, öğrenci görüş ve deneyimleri ile ilgili alıntılara da yer verilerek anlatılmaya çalışılmıştır.

##### *3.1.1. Uygulamalı Elektronik Pazarlama*

Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersi, Pazarlama ve Reklamcılık Birimi'nin 4. Döneminde yer almaktadır. Dolayısıyla meslek yüksekokulu öğrencilerinin daha önceki dönemlerde öğrendiklerini aktarabilecekleri son dönem derslerindedir. İki saat teorik iki saat uygulamalı olmak üzere haftada dört saat işlenen seçmeli bir derstir. Bu ders ile öğrencinin elektronik ticaret mecralarını öğrenmesi ve uygulamalı bir biçimde bilgisayar ortamında yapması amaçlanmaktadır. Dersin öğrenme çıktıları;

- İnternet sitesi oluşturma konusunda bilgi sahibi olma,
- Elektronik ortamda pazarlama faaliyetlerini yürütme,
- İnternet sitelerinden pazarlama faaliyetleri hakkında geri bildirim alma,
- Aldıkları geri bildirimlere göre değerlendirme yapma, olarak bilgi paketi formunda ifade edilmiştir.

Bu bölümde Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü 2.sınıf öğrencilerinin Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersi öğretim programı ile ilgili açık-uçlu sorulara verdiği yanıtlardan elde edilen bulgular yer almaktadır. Araştırmanın alt problemlerine göre sırası ile belirlenen bulgular ve yorumları şu şekildedir;

### 3.1.2. Pazarlama ve Reklamcılık Birimine Gelme Nedenleri

Öğrencilerin pazarlama ve reklamcılık birimine gelme sebepleriyle ilgili cevapları incelendiğinde ortaya çıkan kategoriler Tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1. Pazarlama ve Reklamcılık Birimine Gelme Sebeplerine İlişkin Öğrenci Görüşleri

Alt Temalar	f	%
İş olanakları	25	48,08
Kendime uygun	8	15,38
Sınavsız geçiş	6	11,54
Ailenin isteği	4	7,69
Alternatif yok	3	5,77
Dikey geçiş için	2	3,85
Sevme	2	3,85
Yanlış tercih	1	1,92
İlgi çekici	1	1,92
<b>Toplam</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

Bulgular incelendiğinde, 25 öğrencinin pazarlama ve reklamcılık birimine mezuniyet sonrasında iş bulma olanakları (%48,08) fazla olduğu düşüncesiyle geldikleri görülmektedir. Sekiz öğrencinin bu mesleği kendilerine uygun olarak gördükleri (%15,38), altı öğrencinin ortaöğretim kurumlarından bu birime sınavsız geçiş (%11,54) imkânı olduğundan tercih ettikleri, dört öğrencinin ailesinin çocuklarını bu birimde öğrenim görmelerini istedikleri (%7,69) elde edilen diğer bulgular arasındadır. Öğrencilerin bu birime gelme sebeplerine yönelik verdiği cevaplar şu şekildedir:

**“OGR7:** *Lisede Muhasebe bölümü okuduğum için ve bu bölüm de sınavsız geçiş ile gelebileceğim bölümler arasından sınavsız geçiş hakkımı kullanarak bu bölüme geldim. Lisede de belli bir alt yapıya sahip olduğumdan kendimi daha iyi geliştirebileceğimi düşündüm.”*

**“OGR11:** *Bu bölüme sınavsız geçiş hakkım olduğu için geldim. Ayrıca bölümü bitirdikten sonra DGS sınavı ile 4 yıllık fakülteye geçmek için uygun bir bölüm. En azından İşletme, İktisat, Kamu Yönetimi gibi Açık öğretim Fakültesi bölümlerine çok rahatlıkla geçip 2 yıl daha okuyup 4 yıllık fakülte mezunu olabiliyoruz.”*

**“OGR22:** *Bu bölümün gerektirdiği becerilere sahip olduğumu düşündüğüm ve geniş çevremden dolayı mezuniyetten hemen sonra çalışabileceğim yerler bulabileceğimi düşündüğüm için bu bölümü seçtim.”*

**“OGR28:** *Aile sebeplerinden dolayı geldim diyebilirim. Ailem bu bölüme gelmem konusunda ısrar etti, sonrasında iş bulma konusunda rahat edeceğimi, beni işe sokabileceklerini söylediler.”*

**“OGR34:** *İsteyerek geldim. Kendime uygun bir birim. Burayı bitirip düşündüğüm birkaç işyerine başvurup çalışmayı planlıyorum.”*

Öğrencilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde öğrencilerin bu birime çoğunlukla kendi istekleriyle ve genelde mezuniyet sonrası iş bulma düşüncesiyle geldikleri yorumu yapılabilir.

### 3.1.3. Mesleği Yerine Getirebilmek İçin Sahip Olunması Gereken Beceriler

Öğrencilerin pazarlama ve reklamcılık mesleğini yerine getirebilmek için sahip olmaları gereken becerilerle ilgili görüşleri incelendiğinde ortaya çıkan kategoriler Tablo 2’de belirtilmiştir.

Tablo 2. Mesleği Yerine Getirebilmek için Sahip Olunması Gereken Becerilere İlişkin Öğrenci Görüşleri

Alt Temalar	f	%
Ticaret bilgisi/becerisi	18	34,62
İkna kabiliyeti	8	15,38
Etkili iletişim	6	11,54
Orta düzey ticaret bilgisi/becerisi	6	11,54
Girişimcilik	5	9,62
Yabancı dil	3	5,77
Bilgisayar programları kullanım	2	3,85
Diksiyon	2	3,85
Etkili çalışma	1	1,92
Sayısal beceriler	1	1,92
Özgüven	1	1,92
Sosyallik	1	1,92
<b>Toplam</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

Tablo 3 incelendiğinde 18 öğrencinin mesleği yerine getirebilmek için genellikle ticaret bilgisi/becerisi (%34,62) olması gerektiği görüşünde olduğu görülmektedir. Bu mesleği yerine getirebilmek sekiz öğrencinin için ikna kabiliyetinin (%15,38), altı öğrencinin etkili iletişiminin (%11,54), altı öğrencinin orta düzeyde ticaret bilgisi/becerisinin (%11,54) olması gerektiği görüşündedir. Öğrencilerin mesleği yerine getirebilmek için sahip olunması gereken beceriler konusunda öğrencilerin verdiği cevaplar şu şekildedir:

**“OGR8:** Bu mesleği yerine getirebilmeniz için ticari zekânızın olması gerekir. Ticaretle ve pazarlamayla uğraşmak için insanlarla iyi iletişim kurmak gerekir. İçine kapanık olan ya da konuşmayı sevmeyen birisi bu işi yapamaz.”

**“OGR18:** Bu mesleği yerine getirebilmek için öncelikle ikna kabiliyeti yüksek olmalı, insanlarla iyi iletişim kurabilme ve etkili bir şekilde konuşabilme becerisinin olması ve diksiyonunun da düzgün olması gereklidir diye düşünüyorum.”

**“OGR26:** Diksiyon ve akıcı konuşma ile müşteriler üzerinde etkili olabilmemiz gerekmektedir. Ayrıca yabancı dil bilmek de daha iyi iş imkânları konusunda avantaj sağlayacaktır.”

**“OGR32:** Pazar bilgisine sahip olmak gerekir, hangi ürün popüler, hangi ürün sıkıntılı falan. Satış ve ikna kabiliyetinin yüksek olması iş bulabilmemiz açısından önemlidir.”

**“OGR36:** Diksiyon gereklidir. Ayrıca beden dili de önemlidir. Müşteri bize güvenmeli, inanmalı, ürün satın almalıdır.”

Cevaplar incelendiğinde öğrencilerin mesleği yerine getirebilmek için sahip olması gereken beceriler olarak özellikle ürünü satabilme amacına hizmet eden becerileri öne çıkardığı görülmektedir.

### 3.1.4. Birimin Mesleki Becerileri Kazanmada Sağladığı Katkı

Öğrencilerin pazarlama ve reklamcılık biriminin mesleki becerileri kazanmada sağladığı katkı ile ilgili görüşleri incelendiğinde ortaya çıkan kategoriler Tablo 3'te belirtilmiştir.

Tablo 3. Birimin Mesleki Becerileri Kazanmada Sağladığı Katkıya İlişkin Öğrenci Görüşleri

Alt Temalar	f	%
Ticaret bilgisi/becerisi	18	41,86
İkna kabiliyeti	8	18,60
Fazla katkısı yok	5	11,63
Temel bilgi/beceriler	4	9,30
Kendimizi geliştirdik	3	6,98
Az düzeyde ticaret bilgisi/becerisi	1	2,33
Hiç katkısı yok	1	2,33
Orta düzeyde ticaret bilgisi/becerisi	1	2,33
Etkili iletişim	1	2,33
Girişimcilik	1	2,33
<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

Tablo 4 incelendiğinde 18 öğrencinin ticaret bilgisi/becerisi (%41,86), sekiz öğrencinin (%18,60) ikna kabiliyeti, dört öğrencinin meslekteki temel bilgi/beceriler konusunda bu birimin mesleki becerileri kazanmada katkı sağladığı görüşünde olduğu görülmektedir. Beş öğrenci birimin mesleki becerileri kazandırmada fazla katkısı olmadığı (%11,63) ve üç öğrenci mesleki becerilerini kendileri geliştirdikleri (%9,30) görüşündedir. Öğrencilerin birimin mesleki becerileri kazanmada sağladığı katkılar konusundaki görüşlerinden bazıları şöyledir:

**“OGR7:** Fazla bir katkısı olduğunu düşünmüyorum. Çünkü lisedeyken de benzer dersler aldık. Aslında belli bir bilgi geçmişim var.”

**“OGR8:** Bulduğum bölüm ticari becerilerimi geliştirdi. Lisedeyken de benzer becerileri kazanmıştım. Ancak burada biraz daha kapsamlı olarak dersi işliyoruz.”

**“OGR16:** Bu bölüm insanlarla etkili iletişim kurma, onları ikna edebilmek ve müşteriye etkileyebilecek bazı özelliklere sahip olma gibi bazı becerileri kazanmamıza yardımcı oluyor.”

**“OGR21:** Temel bilgilerimizi pekiştiriyor, bu kadar. Sonrasını bize bırakıyor. Biz bir şey yapıp kendimizi bu becerilerde daha iyi hale getirmeliyiz.”

**“OGR37:** Çok katkısı oldu. İnsanları ikna kabiliyetinden, satış için küçük hilelere kadar birçok alanda daha iyi olduğumu düşünüyorum.”

Birimin mesleki beceriler kazandırma konusunda görüşler incelendiğinde birimin ticaret bilgisi ve becerisi kazandırdığı konusunda öğrenci görüşlerinin ön plana çıktığı görülmektedir.

### 3.1.5. Uygulamalı Elektronik Pazarlama Dersinin Mesleğe Hazırlamada Sağladığı Katkı

Öğrencilerin uygulamalı elektronik pazarlama dersinin mesleğe hazırlamada sağladığı katkı konusunda öğrenci görüşleri Tablo 4'de incelenmiştir.



Tablo 4. Uygulamalı elektronik pazarlama dersinin mesleğe hazırlamada sağladığı katkı

Alt Temalar	f	%
Elektronik ticaret	19	48,72
Ticaret bilgisi/becerisi	7	17,95
Temel bilgi/beceriler	4	10,26
Az katkı	3	7,69
İkna kabiliyeti	2	5,13
Az düzeyde ticaret bilgisi/becerisi	1	2,56
Orta düzeyde ticaret bilgisi/becerisi	1	2,56
Etkili iletişim	1	2,56
Girişimcilik	1	2,56
<b>Toplam</b>	<b>39</b>	<b>100</b>

Tablo incelendiğinde uygulamalı elektronik pazarlama dersinin mesleğe hazırlamada sağladığı katkı konusunda 19 öğrencinin elektronik ticaret (%48,72) alanında bilgi ve becerilerinin, yedi öğrencinin ticaret bilgisi/becerisinin (%17,95) geliştiği, dört öğrencinin temel bilgi/becerisinin (%10,26) geliştiği görüşünde olduğu görülmektedir. Öğrencilerin uygulamalı elektronik pazarlama dersinin mesleğe hazırlamada sağladığı katkı konusunda verdiği cevapların bazıları şu şekildedir:

**“OGR10:** *E-ticaret ile ilgili bazı becerileri yine de kazandığımı düşünüyorum. Elektronik ortamda çalışmaya yönelik bilgiler kazandığımı düşünüyorum ama gerçek hayatta gerçek anlamıyla meslekte çalışmaya hazır değilim.”*

**“OGR13:** *Bu ders bizi daha çok sanal ortamdaki pazarlama ve e-ticaret konularıyla ilgili olarak müşterileri nasıl etkileyeceğimizle alakalı bilgiler kazandırdı. Bizi daha çok elektronik ticaretle ilgili hazırlamış oldu.”*

**“OGR18:** *Bu ders bize sadece sanal ortamda yapılan elektronik pazarlama için bazı püf noktaları öğrenmemiz açısından yardımcı oldu. Yoksa bir pazarlamada çalışırken bu derste öğrendiklerimizin çok bize katkısı olmadı.”*

**“OGR23:** *Ciddi ölçüde başarılı bir hazırlama yaptı. İnternette satış çok önemli son yıllarda. Bu dersten öğrendiklerimi sanal alemde uygulayabiliriz.”*

**“OGR36:** *Bence çok faydalı olmadı. Herkesin bilebileceği şeylerin üzerinden geçmiş olduk.”*

Öğrenci cevaplarına bakıldığında öğrencilerin uygulamalı elektronik pazarlama dersinde çoğunlukla elektronik ticaret konusunda kazanımları olduğu görülmektedir.

### 3.2. Yorumlama Aşaması

Eisner Modeli'nin ikinci aşaması olan yorumlama aşaması, sürecin niçin bu şekilde işlediğine yönelik açıklamaları gerektirmektedir. Bu bölümde, ilk alt problemde ortaya konulan durumun, nedenleri belirlenmeye ve açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bölümde yine öğrenci deneyimlerinden yararlanılmış, alıntılara ve araştırmacının yorumlarına yer verilmiştir.

### 3.2.1. Derse Ayrılan Süre

Öğrencilerin derse ayrılan sürenin yeterliliği konusundaki görüşleri Tablo 5’de verilmektedir.

Tablo 5. Derse Ayrılan Süreye İlişkin Öğrenci Görüşleri

Alt Temalar	f	%
Yeterli	31	83,78
Daha fazla olmalı	5	13,51
Daha az olmalı	1	2,70
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>100</b>

Tablo incelendiğinde 31 öğrencinin (%83,78) derse ayrılan süreyi yeterli buldukları görülürken, beş öğrencinin zamanın daha fazla olması (%13,51) ve bir kişinin sürenin daha az olması (%2,70) gerektiği görüşüne olduğu görülmektedir. Öğrencilerin verdiği cevaplardan bazıları şu şekildedir:

**“OGR1:** Bence derse ayrılan süre yeterli düzeydedir.”

**“OGR3:** Bence daha fazla olmalı. Çünkü uygulamalı olan ve ders sonunda bizden bir ürün ortaya çıkarmamız istenen derslerde fazla süre olması gerekir. Bence bu ders haftada en az 6 saat olması gerekir.”

**“OGR6:** Derste elektronik pazarlama ve ticaretle ilgili püf noktaları işliyoruz. Dolayısıyla bu durumda ders süresi oldukça yeterli diye düşünüyorum.”

**“OGR22:** 6 saat olmalı bence. Çünkü daha fazla uygulama yapma fırsatımız olabilir.”

**“OGR23:** Ders saati normalden fazladır. Ders saati boşa gidiyor. Onun yerine daha etkili dersler konulabilir.”

Öğrencilerin cevapları incelendiğinde öğrencilerin çoğunlukla dersin süresinden memnun olduğu anlaşılmaktadır.

### 3.2.2. Dersin İşlendiği Ortam

Öğrencilerin dersin işlendiği ortam ile ilgili görüşleri Tablo 6’da verilmektedir.

Tablo 6. Dersin İşlendiği Ortama İlişkin Öğrenci Görüşleri

Alt Temalar	f	%	Alt Temalar	f	%
Bilgisayar	23	31,08	Eğlenceli	2	2,70
Projektör	11	14,86	Ferah	2	2,70
Eski bilgisayarlar	9	12,16	Eğitime uygun	1	1,35
Güzel	6	8,10	Neşeli uygulamalı ders	1	1,35
Derslik	6	8,10	Sıkıcı teorik ders	1	1,35
Bozuk	4	5,41	Sıkıcı	1	1,35
Yavaş internet	3	4,05	Sessiz	1	1,35
Kalabalık	3	4,05			
<b>Toplam</b>	<b>74</b>	<b>100</b>			

23 öğrenci dersin bilgisayar laboratuvarında (%31,08) işlendiğini, 11 öğrenci derslikte projektörden (%14,86) yararlandıklarından, dokuz öğrenci laboratuvardaki bilgisayarların eski olduğundan (%12,16), altı öğrenci öğretim elemanının dersi bazen geleneksel sıra düzenli derslikte (%8,10) işlediğinden, altı öğrenci ortamın gayet güzel (%8,10) olduğundan,

dört öğrenci bilgisayarların bozuk (5,41) olduğundan, üç öğrenci internetin yavaş (%4,05) ve üç öğrenci ise sınıfın kalabalık (%4,05) olduğundan bahsetmektedir. Öğrencilerin dersin işlendiği ortam ile ilgili verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir:

“**OGR8:** Dersin işlendiği ortam genellikle laboratuvar ortamı oluyor. Her konuda uygulama yapabileceğimiz bir ders ortamı var. Gerekli teknik donanımlar da (projeksiyon vb.) mevcut.”

“**OGR17:** Hocamız çoğu dersi bilgisayar laboratuvarında işliyor. Ders işlenen ortam güzel ancak bilgisayarlar çağımıza göre biraz eski kalmış denilebilir.”

“**OGR21:** Yeterli sayıda kullanım şartlarına göre bilgisayar yok. Hem sayıları yetersiz, hem de istediğimiz programları çalıştırmayabiliyor.”

“**OGR28:** Daha iyi olabilirdi. Günümüz teknolojisine bakarak biraz gerideyiz. Hem kalabalığımız hem de bilgisayarların durumu çok kötü.”

“**OGR35:** Hocamız anlatıyor, slaytla. Biz de bazen netten inceleme yapıyoruz, ama kalabalık sınıf, bilgisayarda bireysel olarak çok fazla çalışamıyoruz.”

Öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde derslerin çoğunlukla bilgisayar laboratuvarında gerçekleştiği; ancak öğrencilerin özellikle bilgisayarlardan kaynaklı sorunlardan dolayı ortamdaki pek memnun olmadığı anlaşılmaktadır.

### 3.2.3. Öğretim Elemanının Tutumu

Araştırmanın alt probleminde belirtilen ve örneklem dâhilindeki öğrencilerin açık – uçlu soru formuna vermiş oldukları cevaplara yönelik belirlenen tema ve alt temalar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Öğretim Elemanının Derse ve Öğrenciye Yönelik Tutumuna Dair Öğrenci Görüşleri

Alt Temalar	f	%
<b>Derse Karşı</b>		
Derse Hâkim	13	35,14
Etkili ve iyi anlatıyor	11	29,73
Yeterli	9	24,32
Deneyimli	2	5,41
Ciddi ve Ders Saatlerine Bağlı	2	5,41
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>
<b>Öğrencilere Karşı</b>		
Hoşgörülü ve anlayışlı	11	29,73
Normal Düzeyde	8	21,62
Samimi ve ilgili	7	18,92
Oldukça iyi	6	16,22
Güler yüzlü	2	5,41
İyi iletişim kurabilir	1	2,70
Nazik ve kibar	1	2,70
Tüm öğrencilere hitap etmiyor	1	2,70
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

Tablo incelendiğinde Öğretim Elemanının Tutumu teması altında hem derse karşı hem de öğrencilere karşı tutumlar ayrı ayrı gruplandırılmıştır. Öğretim elemanının derse karşı tutumuna bakıldığında öğrencilerin 13’ü (%35,14) öğretim elemanının derse hâkim olduğunu, 11’i (%29,73) etkili ve iyi ders anlattığını ve 9’u ise (%24,32) derste yeterli düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Öğretim elemanının öğrencilere yönelik tutumuna

bakıldığında ise öğrencilerin 11'i (%29,73) öğretim elemanını hoşgörülü ve anlayışlı bulurken, 8'si (%21,62) normal düzeyde, 7'si (%18,92) samimi ve ilgili ve 6'sı (%16,22) ise oldukça iyi olarak görmektedir. Öğrencilerin öğretim elemanının tutumuna yönelik verdiği cevaplardan bazıları şu şekildedir:

**“OGR3:** *Hocamız oldukça iyi ders anlatıyor ve konuya hâkim. Bize karşı da oldukça ilımlı.”*

**“OGR6:** *Hocamızın dersle ilgili bilgisi oldukça yeterli. Hocamız derslerini sürekli işler ve derslere zamanında gelir. Bize karşı olumsuz bir tutumu hiçbir zaman olmamıştır.”*

**“OGR9:** *Hocamız bize karşı oldukça anlayışlı ve sıcakkanlı birisidir. Dersle ilgili olarak ise bilgisi yeterli düzeydedir ve bize bildiklerini aktarmada hiçbir sıkıntı yaşamaz.”*

**“OGR13:** *Hocamızın bize karşı tutumu oldukça iyi ve bize karşı oldukça anlayışlı davranıyor. Dersle alakalı tutumuna bakacak olursak derse hâkim ve konuları iyi anlatıyor.”*

**“OGR15:** *Hocamızla ilgili hiçbir problemimiz yok. Hocamız hem bize karşı ilgili ve anlayışlı hem de derse yeterince hâkim ve konuları iyi anlatıyor.”*

Öğrencilerin genel olarak verdiği yanıtlar incelendiğinde öğretim elemanının hem derse karşı hem de öğrencilere karşı tutumunun oldukça iyi düzeyde olduğu ve öğrencilerin bu durumdan memnun oldukları düşünülebilir.

#### 3.2.4. Kullanılan Yöntem ve Teknikler

Öğrencilerin, öğretim elemanının kullandığı yöntem ve teknikler başlığı altındaki açık-uçlu soru formuna vermiş oldukları cevaplara yönelik belirlenen tema ve alt temalar Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 8. Öğretim Elemanının Kullandığı Yöntem ve Tekniklere Yönelik Öğrenci Görüşleri

Alt Temalar	f	%
Slaytlarla görsel bir şekilde	23	31,08
Anlatım ve sunum	19	25,68
Bilgisayar üzerinde uygulamalı	18	24,32
Gösterip Yaptırma	7	9,46
Proje Tabanlı Öğrenme	3	4,05
Örnek Olay Yöntemi	3	4,05
Benim için önemli değil	1	1,35
<b>Toplam</b>	<b>74</b>	<b>100,00</b>

Tablo incelendiğinde öğrencilerin öğretim elemanının kullandığı yöntem ve teknikler sorusuna verdiği cevaplarda öğrencilerin 23'ü (%31,08) dersin slaytlarla görsel bir şekilde işlendiğini, 19'u (%25,68) anlatım ve sunum şeklinde işlendiğini, 18'i (%24,32) dersin bilgisayar üzerinde uygulamalı olarak işlendiğini ve 7'si de (%9,46) gösterip yaptırma yönteminin kullanıldığını belirtmişlerdir. Soruya verilen yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

**“OGR1:** *Hocamız genel olarak dersi görsel bir şekilde işliyor. Slaytlarla dersin işlenmesi ve konunun anlatılmasından destek alıyor. Zaten ders uygulamalı olduğundan biz de bilgisayar üzerinde öğrendiklerimizi uyguluyoruz.”*

**“OGR7:** *Hocamız genellikle dersin teorik kısmını projeksiyon cihazı yardımıyla hazırlamış olduğu slaytlardan faydalanarak işliyor. Uygulama*

*kısmında da laboratuvar ortamında öğrendiklerimizi uyguluyoruz ve ders sonunda ya da belli bir zaman aralığında proje ya da ödev hazırlıyoruz.”*

**“OGR9:** *Derse hocamız kendi hazırladığı notları ve slaytları bilgisayar ve projeksiyon yardımıyla bize anlatır ve bizde öğrendiklerimizi bilgisayar üzerinde uyguluyoruz. Bazen ders konularıyla ilgili bize ödev ve proje verir ve onlardan da bizi değerlendirir.”*

**“OGR25:** *Projeksiyon ve kendi anlatımıyla dersi sunmakta bizler dinlemekteyiz.”*

**“OGR37:** *Hocamız slayttan dersi anlatıyor. Sonra da anlattıklarına göre biz bilgisayarda inceleme ve uygulama yapıyoruz.”*

Öğretim elemanının dersin işlenmesi sırasında kullandığı yöntem ve tekniklere bakıldığında dersin teorik kısmının daha çok projeksiyon ve bilgisayar sunumları eşliğinde ve anlatma yöntemini kullanarak yapıldığı, ancak dersin uygulama kısmının ise bilgisayar üzerinde uygulamalı olarak ve bazen de proje tabanlı öğrenme yaklaşımı tercih edilerek işlendiği söylenebilir.

### 3.2.5. Derse Çalışma Biçimi

Öğrencilerin, derse nasıl hazırlanmaktasınız? sorusuna verdiği cevaplara yönelik belirlenen tema ve alt temalar Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Öğrencilerin Ders Çalışma Biçimlerine Yönelik Görüşleri

Alt Temalar	f	%
Ders notlarını tekrar ederek	12	32,43
Konu ve uygulama tekrarı yaparak	9	24,32
Bilgisayar üzerinde uygulamalı olarak	8	21,62
Dersi dinliyorum, evde çalışmıyorum	6	16,22
E-Ticaretle uğraşan kişilerle konuşarak	1	2,70
İnternet sitelerini dolaşarak	1	2,70
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

Tablo 10 incelendiğinde öğrenciler derse hazırlanış biçimlerine yönelik kendilerine yöneltilen soruya şu şekilde cevap vermişlerdir. Öğrencilerin 12’si (%32,43) ders notlarını tekrar ederek derse hazırlandığını, 9’u (%24,32) konu ve uygulama tekrarı yaparak derse çalıştığını, 8’i (%21,62) bilgisayar üzerinde uygulamalı olarak hazırlandığını ve 6’sı (%16,22) ise dersi dinlediğini ancak evde derse hazırlanma gereği duymadığını belirtmişlerdir. Öğrencilerin bu soruya verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir.

**“OGR2:** *Ders çalışmak için daha çok evde sınıfta ve laboratuvarında gördüğümüz konuları tekrar edip evdeki bilgisayarımda uygulama yolunu tercih ediyorum.”*

**“OGR6:** *Derse hazırlanırken hocamızın bizlere verdiği ders notları ve konu anlatım slaytlarını kullanıyorum. Gerektiğinde uygulama yapılacak kısımları evdeki bilgisayarımda yapıyorum.”*

**“OGR8:** *Daha önceden de muhasebe bölümü okuduğumdan ve dersi iyi dinlediğimden dolayı sınav öncesinde dersle ilgili notlarımı biraz gözden geçirmem yeterli oluyor. Zaten bu dersi iyi öğrenebilmek için derste dinlenilmesi ve uygulanması yeterli oluyor.”*

**“OGR14:** *Derse hazırlanırken hocanın bize verdiği ders notları ve sınıfta kendi aldığım notlara çalışarak ya da uygulamalı olarak bilgisayar üzerinde çalışıyorum.”*

**“OGR27:** *Tekrar yaparak, notlara bakarak, hocamızın vurguladığı örneklere tekrar bakarak.”*

Öğrencilerin derse hazırlanma biçimine bakıldığında, öğrencilerin derse hazırlanırken daha çok ders işlenirken aldıkları ders notlarını tekrar ettikleri, uygulama gerektiren kısımları da şahsi bilgisayarlarında uygulamalı olarak çalıştıkları, bazı öğrencilerin ise derste başarılı olmak için sadece derse dinledikleri ve ek bir çalışmaya ihtiyaç duymadan başarılı olabildikleri söylenebilir.

### 3.2.6. Dersle İlgili Kaynaklara Ulaşma

Öğrencilerin, dersle ilgili kaynaklara ne ölçüde ulaşabiliyorsunuz? sorusuna verdiği cevaplara yönelik belirlenen tema ve alt temalar Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Öğrencilerin Dersle İlgili Kaynaklara Ulaşma Durumuna Yönelik Görüşleri

Alt Temalar	f	%
İnternet Kaynakları	33	48,53
Ders kitabı ve Ders Notları	21	30,88
E-Kitap ve Sunumlar	8	11,76
Kütüphane	3	4,41
Makaleler	2	2,94
Ulaşamıyoruz	1	1,47
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,00</b>

Tablo incelendiğinde öğrencilerin 33’ü (%48,53) dersle ilgili kaynaklara ulaşmak için internet kaynaklarını tercih ettiği, 21’i (%30,88) ders kitabı ve öğretim elemanının verdiği ders notlarının kaynak olarak yeterli olduğunu düşündüğü, 8’inin (%11,76) ise e-kitap ve öğretim elemanının yapmış olduğu sunumları kaynak olarak kullandığı belirtilmiştir. Öğrencilerin soruya verdikleri yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

**“OGR2:** *Daha çok bilgisayar ve internet kaynaklarını kullanıyorum. İnternette elektronik pazarlama konularını anlatan birçok video ve e-kitap bulmak mümkün. Ayrıca kütüphane vb. yerlerde de konu ve dersle ilgili kitaplar var.”*

**“OGR9:** *Dersle ilgili kaynaklara internet ortamında rahatlıkla ulaşabiliyorum. Ayrıca hocanın verdiği ve yazdırdığı notlar da güzel kaynaklar bence.”*

**“OGR12:** *Hocamız zaten bize kendi hazırladığı sunumları ve belgeleri veriyor. Dersi geçmek için bu belgeler bile yeterli oluyor. Ama internet ortamında da oldukça fazla konuyla ilgili belge ve e-kitap var. Ayrıca bir kitaba gerek bile kalmıyor.”*

**“OGR17:** *Günümüz şartlarında internet varken kaynak bulmak problem değil. Ayrıca bir kitaba gerek kalmıyor.”*

**“OGR35:** *Genellikle internete girip araştırma yapıyorum. Aradıklarımı da buluyorum.”*

Temalar incelendiğinde öğrencilerin büyük bir kısmının internetteki kaynakları kullandığı ve diğer öğrencilerin ise öğretim elemanının verdiği sunum ve ders notları ile dersin işleniş sırasında kendi aldıkları ders notlarını kaynak olarak kullandıkları söylenebilir.

### 3.2.7. Karşılaşılan Sorun ve Zorluklar

Öğrencilerin, dersin işlenişi esnasında karşılaştıkları zorluklar ve çözüm yollarına ilişkin sorular sorulara verdikleri yanıtlara yönelik belirlenen tema ve alt temalar Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Dersin İşlenişi Sırasında Karşılaşılan Zorluklar ve Çözüm Yollarına İlişkin Öğrenci Görüşleri

Alt Temalar	f	%
<b>Sorunlar</b>		
Sorunla karşılaşmadım	23	62,16
Donanımsal ve teknik sorunlar	7	18,92
Dersi anlamama	3	8,11
Web sayfa tasarımı	2	5,41
Uygulama eksikliği	1	2,70
Sınıf mevcudu fazla	1	2,70
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>
<b>Çözüm yolları</b>		
Öğretim üyesi desteği	3	50,00
Arkadaş desteği	2	33,33
Kendi çalışmamla	1	16,67
<b>Toplam</b>	<b>6</b>	<b>100,00</b>

Tablo incelendiğinde öğrencilerin 23’ü (%62,16) ders işlenirken herhangi bir sorunla karşılaşmadıklarını, 7’si (%18,92) dersin işlenmesi sırasında daha çok bilgisayar ve internet kaynakları donanımsal ve teknik sorunlarla karşılaştığını, 3’ünün (%8,11) ise dersi anlayamama gibi bir problem yaşadıklarını belirtmişlerdir. Öğrenciler bu ve benzeri sorunlardan öğretim elemanından destek alarak (%50), arkadaşlarından yardım alarak (%33,33) veya kendi çabalarıyla (%16,67) kurtulduklarını söylemişlerdir. Öğrencilerin sorulara verdikleri yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

**“OGR3:** Derste çok zorlandığım söylenemez. Ancak özellikle web sayfa tasarımında bazı sıkıntılarım vardı. Onu da hoca ve arkadaşlarım sayesinde çözdüm.”

**“OGR11:** Dersi anlaşılması ve uygulanmasıyla ilgili herhangi bir zorluk yaşamadım. Ama laboratuvarında bilgisayarla ilgili teknik sorunlar yaşadım diyebilirim.”

**“OGR12:** Bu dersi alırken karşılaştığım en büyük sorun laboratuvardaki bilgisayarların bozuk olması ve internetin olmaması ya da olsa da sorunlu olması diyebilirim.”

**“OGR13:** Dersi işlerken herhangi bir sorun yaşamadım. Ama uygulamayı yaparken bilgisayarım bozuk olduğundan bazı kısımlarını evde yapmak zorunda kaldım.

**OGR36:** Bilgisayarların çalışmaması en büyük sıkıntımız. Dersi takip edemedik.

**OGR37:** İnternet çok yavaş, bilgisayarlar sorunlu, sınıf kalabalık ve gürültülü. Dersi takip etmekte zorlandım.

Elde edilen temalar incelendiğinde öğrencilerin büyük bir çoğunluğu dersle ilgili bir problem yaşamasa da kayda değer bir grup öğrenci özellikle laboratuvar ortamındaki bilgisayarların eski olması, çalışmaması ve internet bağlantılarının olmaması gibi problemleri olduğunu belirtmişlerdir.

### 3.3. Değerlendirme Aşaması

Bu aşamada, uygulamadaki meslek bilgisi derslerinin programının, yapısı ve uygulanışı açısından sürece kattığı eğitsel değer sorgulanmaktadır. Bu bölümde yine öğrenci deneyimlerinden yararlanılmış, alıntılara ve araştırmacının yorumlarına yer verilmiştir.

#### 3.3.1. Meydana Getirdiği Değişiklikler

Öğrencilerin, dersin sizde meydana getirdiği değişikliklere ilişkin sorulara verdikleri yanıtlara yönelik belirlenen tema ve alt temalar Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Dersin Meydana Getirdiği Değişikliklere Yönelik Öğrenci Görüşleri

Alt Temalar	f	%
E-Ticaret sitelerinin işleyişini öğrendim	19	51,35
Ticaret ve pazarlamaya karşı bakış açım değişti	7	18,92
Herhangi bir değişiklik yapmadı	7	18,92
İnternette para kazanma yollarını öğrendim	2	5,41
İnternette alışveriş yapmamı sağladı	2	5,41
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

Tablo incelendiğinde öğrencilerin 19’u (%51,35) dersin kendilerine e-ticaret sitelerinin işleyişinin nasıl olduğunu öğrettiği, 7’si (%18,92) ticaret ve pazarlamaya karşı bakış açılarının değiştiğini, 7’si ise (%18,92) dersin kendilerinde herhangi bir değişiklik oluşturmadığını belirtmişlerdir. Öğrencilerin sorulara verdikleri yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

**“OGR2:** İlk başka derse karşı bir ön yargım olsa da dersin içeriğini öğrendikten sonra ne kadar yararlı ve gerekli bir ders olduğunu anladım. Özellikle ticaret ile ilgili düşüncelerim ve bakış açım değişti.”

**“OGR6:** Pazarlama ve ticaret üzerinde oldukça fazla bilgi sahibi olduğumu düşünüyorum. Bu bölüme gelmeden önce pazarlama ve e-ticaret ile ilgili pek bilgim yoktu. Şu an kendimi mesleğe daha hazır hissediyorum.”

**“OGR11:** Dönem sonunda baktığımda ticaretin nasıl işlediği ve özellikle e-ticarette hangi kurallara dikkat edilmesi gerektiği ve sanal ortamda pazarlamanın nasıl yapıldığı ile ilgili birçok bilgi sahibi oldum diyebilirim.”

**“OGR16:** İnternet ortamında gezinirken dikkat etmediğimiz bazı noktalara daha farklı bakmamı bu ders sağladı. Eskiden sitelerde gezinirken site sahibinin yapmış olduğu ince hesapları fark etmezdim. Şimdi müşterilerin ilgisini çekmek için nasıl davrandığını ve ürün pazarlamadaki incelikleri daha çabuk fark ediyorum.”

**“OGR18:** Bende çok bir değişiklik yapmadı.”

**“OGR29:** Hiçbir değişiklik yok. Bu bölüme, hayata, elektronik ortamda pazarlamaya bakış açım değişti o kadar.”

**“OGR34:** Elektronik pazarlamadaki püf noktaları öğrendim.”

**“OGR35:** Sitelere artık daha farklı bakabiliyorum. İşin sırrını anladım.”

Öğrencilerin cevaplarından oluşan alt temalar incelendiğinde genel olarak öğrencilerin edinmeleri gereken temel kazanım ve becerileri elde ettikleri görülmektedir. Ancak bununla birlikte bazı öğrenciler (%18,92) lisede okudukları bölümle şu an okudukları bölümün



uyuştuğu ve zaten burada anlatılan konuları daha önceden bildikleri ve bu bağlamda da dersin kendilerinde herhangi bir değişiklik oluşturmadığını belirtmişlerdir.

### 3.3.2. Dersin Verimli Geçmesi İçin Öneriler

Öğrencilere yöneltilen, dersin daha verimli işlenebilmesi önerileriniz nelerdir, sorusuna öğrencilerin verdikleri yanıtlara yönelik belirlenen tema ve alt temalar Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13. Öğrencilerin Dersin Daha Verimli İşlenebilmesi İçin Sunduğu Öneriler

Alt Temalar	f	%
Donanımsal ve teknik açıdan ders ortamında iyileştirme yapılabilir.	14	37,84
Önerim yok, bu şekilde güzel.	11	29,73
Derse bilgisayar ve pazarlama öğretim üyesi birlikte girebilir.	4	10,81
Sınıftaki gürültü engellense iyi olur.	3	8,11
Web tasarım dersi ile birleştirilip ders saati artırılabilir.	2	5,41
Ders sunumları daha açıklayıcı olabilir.	1	2,70
Öğrencilerin ders anlatması daha etkili olabilir.	1	2,70
Dersler sabah erken olmasa iyi olabilir.	1	2,70
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

Tablo incelendiğinde öğrencilerin 14’ü (%37,84) ders ortamında kullanılan bilgisayar ve internet gibi donanımsal ve teknik elemanların iyileştirilmesi gerektiğini belirtirken öğrencilerin 11’i (%29,73) dersin bu şekilde işlenmesinin yeterli olduğu ve bu şekilde devam etmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu önerilerin dışında öğrencilerin 4’ü (%10,81) derse hem bilgisayar hem de pazarlama dersi öğretim elemanlarının birlikte girmesi gerektiğini savunurken, 3’ü (%8,11) sınıftaki gürültünün engellenmesi gerektiğini, 2’si de (%5,41) bu dersin web tasarım dersi ile birleştirilmesi ve ders saatinin artırılması gerektiğini söylemişlerdir. Öğrencilerin soruya verdiği yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

**“OGR3:** Derste oldukça verimli işler yaptık. Dersin bence daha da verimli olabilmesi için internet sayfa tasarımı ya da web tasarımı gibi bir dersin içerisinde bu ders verilebilir ve ders saati yükseltilebilir.”

**“OGR6:** Benim açımdan derse ayrılan süre oldukça yeterli düzeydedir. Ancak bu dersin süresi artırılsın suretiyle güncel ihtiyaçlara karşılık veren internet site tasarımı yaptırılarak ders daha da kapsamlı hale getirilebilir.”

**“OGR11:** Dersin daha verimli işlenebilmesi için bence bu dersin web tasarımı vb. bir dersle birleştirilmesi gerekir. Ya da derse 2 öğretim elemanı gelse bir bilgisayarçı bir de işletme ya da pazarlamacı şeklinde dersler daha verimli olabilir.”

**“OGR13:** Bu dersin verimli bir şekilde işlenebilmesi için en önemli şey ders ve laboratuvar ortamının daha düzgün hale getirilmesidir. Yani kısacası teknik donanımı daha güzel olursa verim artar.”

**“OGR22:** Bilgisayar ve internet düzgün çalışsın yeter bence.”

**“OGR31:** Sınıfın daha sessiz olması iyi olurdu. Hocamızın anlattıklarını duyamadık bazen.”

**“OGR36:** En büyük sıkıntımız ders ortamı oldu. Eğer bilgisayar sayısı artırılsa ve de bilgisayarlar çalışır halde olursa daha iyi olur.”

*“OGR37: Bence öncelikle bilgisayarlar değiştirilmeli. Daha hızlı, çalışır bilgisayar getirilmeli. Ayrıca sınıflar çok kalabalıktı, sayılar azaltılırsa daha iyi olur. Herkese bir bilgisayar düşse, daha fazla uygulama yapardık.”*

Alt temalar incelendiğinde, öğrencilerin belli bir çoğunluğu (%37,84) dersin işlendiği laboratuvar ortamındaki bilgisayarların yenilenmesinin ve internet bağlantılarının hızlı ve sorunsuz hale getirilmesinin dersin daha verimli işlenebilmesi için gerekli olduğu düşüncesindedirler. Bununla birlikte bazı öğrenciler (%29,73) dersin işleme şekline memnun olduklarını belirtmişlerdir.

### **3.3. Temalaştırma / Sonuç**

Araştırma sonucunda Pazarlama ve Reklamcılık Biriminden elde edilen veriler sonucunda ulaşılan temalar şunlardır:

1. Öğrenciler, genellikle mezuniyet sonrası iş bulma amacıyla Pazarlama ve Reklamcılık programına gelmektedir.
2. Bu meslekte başarı sağlamak için bireyde ticaret bilgisi/becerisinin ve müşteri üzerinde olumlu etki yaratma becerisinin olması gerekmektedir.
3. Pazarlama ve Reklamcılık Birimi, öğrencilerin mesleki beceriler kazanmasında yarar sağlamaktadır.
4. Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersi özellikle elektronik ticaret boyutunda öğrencilere yarar sağlamaktadır.
5. Uygulama Elektronik Pazarlama dersinin süresi yeterlidir.
6. Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersinin uygulama derslerinde teknik sorunlar dersin işlenişine engel olmaktadır.
7. Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersinin öğretim elemanları sınıf yönetiminde sorun yaşamamaktadır.
8. Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersinin öğretim elemanları sunuş yoluyla öğretim stratejisi kullanmaktadır.
9. Öğrenciler Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersine notlarla ve bilgisayar üzerinde uygulama çalışmalarıyla hazırlanmaktadır.
10. Öğrenciler, Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersiyle ilgili bilgilere internet üzerinden, ders kitaplarından ve notlardan ulaşmaktadır.
11. Öğrenciler, uygulama esnasındaki teknik sorunlar haricinde sorun yaşamamaktadır.
12. Öğrenciler, Uygulamalı Elektronik Pazarlama dersi sonunda e-ticaret işleyişini öğrenmiş ve ticaret ve pazarlamaya karşı bakış açıları değişmiştir.

### **4. Öneriler**

Araştırma sonucunda uygulamalı elektronik pazarlama dersinin daha verimli hale getirilmesi ve gelecekte yapılacak benzer araştırmalara yönelik olarak özellikle uygulama derslerindeki teknik sorunların giderilmesine yönelik önlemler alınabilir. Ayrıca, ilgili dersi farklı birimlerden alan öğrencilerin görüşleri karşılaştırılabilir. Bu tür bir karşılaştırmada ayrıca veri, yöntem ve kaynak çeşitlenmesine gidilebilir. Son olarak bu programa ait diğer derslerin öğretim programlarının değerlendirilmesi, ya da programın bütününe yönelik bir değerlendirme çalışması yapılması önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- Alkan, R. M., Suiçmez, M., Aydınkal, M. ve Şahin, M. (2014). Meslek yüksekokullarındaki mevcut durum: sorunlar ve bazı çözüm önerileri. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 4 (3), 133-140.
- Davras, G. M. ve Bulgan, G. (2012). Meslek yüksekokulu (MYO) öğrencilerinin İngilizce hazırlık eğitimine yönelik tutumları: Isparta MYO turizm ve otel işletmeciliği örneği, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13 (2), 227 - 238
- Dil Derneği (2015). *Dil Derneği*. <http://www.dilderneği.org.tr> adresinden 14.06.2015 tarihinde alınmıştır.
- Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about case study research. *Qualitative Inquiry*. 12 (2), 219-245.
- İyiler, Z. (2009). *Elektronik Ticaret ve Pazarlama: İhracatta İnternet Zamanı*: 1. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi.
- Kumral, O. ve Saracaloğlu, A. S. (2011). Eğitim programlarının değerlendirilmesi ve eğitsel eleştiri modeli, *Uluslararası Eğitim Programları ve Öğretim Çalışmaları Dergisi*, 1 (2), 27-35.
- Küçükahmet, L. (2008). *Öğretim ve öğrenmeye ilişkin ilkeler. öğretimde planlama ve değerlendirme* (21. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Örs, F. (2003). Meslek yüksekokullarının toplumsal işlevi: bir meslek yüksekokulunun kurumsal imaj araştırması. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10), 1-16.
- Özsoy, T. ve Gelibolu, L. (2010). Meslek yüksek okulu öğrencilerinin pazarlama algısı: Bir Vakıf ve Bir devlet meslek yüksekokulunda uygulama. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), 404-419.
- TDK (2015). Türk Dil Kurumu. <http://www.tdk.gov.tr> adresinden 14.06.2015 tarihinde alınmıştır.
- Uşun, S. (2012). *Eğitimde program değerlendirme: süreçler, yaklaşımlar ve modeller*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yin, R. K. (1984). *Case study research: design and methods*. Newbury Park, CA.:Sage.
- Yücebaş, E., Alkan, G., Atasagun, H. G. ve Egeli, H. A. (2013). Ege Bölgesi'nde bulunan meslek yüksekokullarının durum analizi: sorunlar ve çözüm önerileri. *Electronic Journal of Vocational Colleges, UMYOS Özel Sayı*, 44-50
- Yüksel, İ. ve Sağlam, M. (2014). *Eğitimde program değerlendirme*. Ankara: Pegem Akademi.