E-Ticaret Eğitimi: İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil. Meslek Yüksek Okulu E-Ticaret Dersi Uygulaması

Şafak YÜKSEL[1], Gökhan ERDEMİR[2], Dr. Kadir DABBAGOĞLU[3]

[1] İstanbul Aydın Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Programı, İstanbul

[2] İstanbul Aydın Üniversitesi, Bilgisayar Teknolojileri veProgramlama Programı, İstanbul

[3] İstanbul Aydın Üniversitesi, Muhasebe Programı, İstanbul

safakyuksel@aydin.edu.tr, gokhanerdemir@aydin.edu.tr, kadirdabbagoglu@anadolubil.edu.tr

Özet: Son on yılda teknoloji alanında yaşanan gelişmeler insanların gündelik alışkanlıklarını değiştirecek boyutlara ulaşmıştır. Ortaya çıkan yeni teknolojiler ve ürünler aynı zamanda adaptasyon sorununu da beraberinde getirmiştir. İnternet teknolojisinin ticari amaçlarla kullanılmaya başlanması ve beraberinde getirdiği avantajlar tüketicileri ve üreticileri geleneksel anlamdaki ticari alışkanlıklarını belli ölçülerde değiştirmeye yöneltmiştir. Söz konusu değişime hızlı ayak uydurulabilmesi için akademik anlamda konuyla ilgili eğitim verilmesi bir zaruret halini almıştır. Akademik eğitim veren kuruluşlar konuya ilişkin gerekliliği ve oluşan talebi karşılamak amacıyla e-ticaret (elektronik ticaret) dersleri vermeye başlamıştır. Ancak konunun henüz yeni olması, çok geniş alana hitap etmesi dersin içeriği ve işlenişi açısından bir takım zorlukları beraberinde getirmiştir. Birbirinden farklı bölümlerde okutulan dersle ilgili işlenen konuların küresel anlamda bir standardizasyonundan bahsetmek mümkün değildir. Yapılan bu çalışmada, farklı bölümlerde okutulan e-ticaret dersinin ortak bir çatı altında toplanması amaçlanmaktadır. Çağın ve teknolojinin gereklerine göre yeniden organize edilerek farklı bölümlerdeki farklı ihtiyaçları karşılayabilecek bir müfredat oluşturulması hedeflenmiştir. Oluşturulan bu program çerçevesinde Istanbul Aydın Üniversitesi'nde okutulmakta olan E-Ticaret dersini alan öğrencilerin başarı durumları bölümsel ve genel bazda ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: E-Ticaret, E-Ticaret Eğitimi.

E-Commerce Education: E-Commerce Course Application Of Istanbul Aydin University Anadolu Bil Professional School Of Higher Education

Abstract: Last decade, technological developments have reached other dimensions which make people change their daily habits. On the other hand, new revealed technologies and products caused adaptation problems. Expanding usage of internet with a purpose of commercial leads customers and producers to change their traditional commercial habituations. It is essential to keep in step with changing structure of commercial and to give educations which are associated with this issue. Academic intuitions began to give lessons to supply demand regarding e-commerce. Nevertheless, this demand caused many difficulties that are why e-commerce issue appeals to much different area and the concept of e-commerce is a new definition. It is impossible to mention that subjects which are related to courses that are taught in different departments have a global standardization. In this study, e-commerce courses teaching in different departments were aimed to bring in same framework. According

to necessity of era and technology, it is aimed that a new curriculum should be shaped to meet demands for different departments and needs.

Keywords: E-Commerce, E-Commerce Education.

1. Giriş

Ülkemizde meslek liselerinde dahi okutulmaya başlanmış olan e-ticaret dersinin verilmesindeki amaçlar çeşitlilik arz etmekle birlikte temel amacın çağın gerekliliklerine uygun nitelikte iş gücünü ortaya çıkarmak olduğunu söylemek mümkündür. İnternet teknolojisinin zaman sınır ve coğrafya tanımaksızın çok geniş kitlelere hitap etmesi ve maliyet avantajı ortaya çıkarması geleneksel anlamda gerçekleştirilen ticarete alternatif olarak e-ticareti ortaya çıkarmıştır[1]. E-ticaretin tüketici, satıcı ve kurgulayıcı bakış açılarından geleneksel ticaretle farklılıkları olduğu inkâr edilemez bir gerçek durumundadır.

Çalışmamızda temel olarak üç farklı bakış açısına yönelik iş gücü yetiştiren bölümlerde e-ticaret dersinin içeriğinin belli oranlar gözetilerek verilmesinin ortaya çıkaracağı pozitif etkiler ortaya konmaya çalışılacaktır. Söz konusu bakış açıları ve e-ticaret algıları şöyle sıralanabilir;

- Yönetici-Yürütücü bakış açısı
- Tüketici-Müşteri bakış açısı
- Teknik Kurgulayıcı-Tasarlayıcı bakış açısı

Yönetici-yürütücü bakış açısı; herhangi bir e-ticaret uygulamasını yöneten ve yürüten kişilere yöneliktir. Geleneksel ticaretle izdüşümü alınacak olursa söz konusu bakış açısını girişimci veya işletme yönetici bakış açısı olarak adlandırmamız mümkündür.

Tüketici-Müşteri bakış açısı; e-ticaret uygulamalarını kullanan kişilerin bakış açısıdır. E-ticaret uygulamalarının hedef kitlesinin bakış açısını temsil eder.

Teknik kurgulayıcı-tasarlayıcı bakış açısı; e-ticaret uygulamalarını teknik açıdan tasarlayan ve kodlayan kişilere yöneliktir.

Yukarıda sıralanmış bulunan bakış açılarına yönelik olarak iş gücü yetiştirmekte olan bölümlerde okutulmakta olan dersin bakış açısına göre farklılık göstermesi gereği yadsınamaz bir gerçektir. Örneğin idari bilimlerle ilgili bir bölümde okuyan öğrencinin konuya bakış açısı yönetici-yürütücü bakış açısı olmalıdır. Dolayısıyla e-ticaretle ilgili teknik ayrıntılardan ziyade konunun yönetimiyle ilgili ünitelere ağırlık verilmesi hedeflenen başarı oranının tutturulması açısından yararlı olacaktır.

Ünitelerin bölümlere göre oransal olarak dağıtılarak verilmesi yaklaşımının amacı iş gücü dalının e-ticaretle hangi açılardan alakalı olduğunu tespit ederek müfredatı uygun hale getirmek ve iş gücünün sektörün gereklilikleri doğrultusunda yetişmesini sağlamaktır[1,2].

2. Ön Lisans Eğitiminde E-Ticaret Dersi ve Program İçerikleri

E-ticaret dersi ortaöğrenim düzeyinden başlayarak ön lisans, lisans ve lisansüstü gibi geniş bir yelpazede ders olarak okutulmaktadır. Bu çalışmada örnek seviye olarak ön lisans düzeyinde okutulmakta olan e-ticaret dersi ele alınacaktır.İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekolu'nde e-ticaret dersi,

- Bankacılık Ve Sigortacılık,
- Büro Yönetimi Ve Yönetici Asistanlığı,
- İşletme,
- Pazarlama,
- Lojistik,

bölümlerinde okutulmaktadır. Farklı okulların yine farklı bölümlerinde de e-ticaret dersi verilmektedir[3].

Üniversitelerimizde okutulmakta olan e-ticaret dersinin genel müfredat programı Tablo 1'de gösterilmiştir[3].

Konu
Elektronik Ticarete Giriş, Temel Kavram ve Tanımlar
Internet Ekonomisi ve Temel Trendler
Elektronik Pazar Yapısı
İşletmeden Nihai Tüketiciye (B2C) E-Ticaret
İşletmeler Arası (B2B) E-Ticaret
Teknoloji ve İşletme Yapısına Etkileri
Dijital (Sanal) İşletme Yapısı
Enformasyon Teknolojileri (IT) ve Pazarlama
E-Pazarlama
Sanal Mağaza Strateji ve Uygulamaları
Internet Üzerinde (Online) Tüketici Davranışı ve Demografik
Web Üzerinde Ürün Geliştirme ve Marka Yönetimi
İnternette Fiyatlandırma Stratejileri
İnternette Tutundurma Faaliyetleri
E-Satış Teknikleri
İnternette Reklâm ve Halkla İlişkiler
Müşteri İlişkileri Yönetimi ve İnternet
E-Ticaret ve Lojistik Yönetimi
Tedarik Zinciri Yönetimi (SCM)
İşletme Kaynak Planlaması (ERP)
İnternette Güvenlik ve Gizlilik
İnternette Hukuki Çerçeve ve Etik Sorunlar
Yeni Ekonomide Net Girişimcisi
Vaka Çalışmaları ve Başarılı Web Uygulamaları

Tablo 1. E-Ticaret dersinin müfredat programı.

3. Istanbul Aydın Universitisi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu' Nda E-Ticaret Dersi Program İçeriği

İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu'nda 2006 – 2007 bahar yarıyılında E-Ticaret dersinde uygulanan müfredat Tablo 2'de gösterilmiştir[3].

Hf.	Konu
1	E-Ticaret Girişiminizi Planlamak E-Ticaret Amaçlarınıza Odaklanmak
2	Kimlik Oluşturmak ve Müşterileri Etkilemek
3	E-Ticaret Web Sitenizi Oluşturmak
4	Web Mağazaları, Geliştiriciler ve Ekiplerle Çalışmak
5	Geliştirmek, Tanıtmak ve Başarmak
6	İçeriği Güncel ve İlgi Çekici Tutmak
7	Elektronik Pazarlama ve Elektronik Müzayede
8	Elektronik Pazaryeri (E-Pazaryeri) Nedir?
9	Elektronik Ticarette Güvenlik
10	Elektronik Ticarette Hukuk
11	Web Tabanlı Programlama Dilleri ve Teknik Altyapı
12	Ağ Sistemleri ve İnternet
13	Proje Çalışmaları

Tablo 2. ABMYO'DA uygulanan E-Ticaret dersinin müfredat programı.

Konuların içerikleri ve işleyiş şekli haftalara dağılımı aşağıda açıklanmıştır.

1. Hafta > E-Ticaret Girişiminizi Planlamak / E-Ticaret Amaçlarınıza Odaklanmak : E-ticaret girişiminizi planlamak konusu, yönetici-yönetici bakış açısıyla ele alınan ve herhangi bir e-ticaret uygulamasının planlama safhasının nasıl olması gerektiğini gösteren ilk ünitedir. Bu bölümde ayrıca konuyla ilgili temel kavramlar öğrenciye anlatılmaktadır.

2. Hafta > Kimlik Oluşturmak Ve Müşterileri Etkilemek : Kimlik oluşturmak ve müşterileri etkilemek konusu, yönetici-yürütücü bakış açısıyla ele alınan ve oluşturulmaya çalışılan e-ticaret girişiminin karakterisitk özelliklerinin nasıl ortaya çıkarılması gerektiğini vurgulayan, müşteri iletişimi kavramını ön plana

çıkaran bir ünitedir. Geleneksel ticarette kullanılan metodların e-ticarete nasıl uyarlanabileceği araştırılır.

3. Hafta > E-Ticaret Web Sitenizi Oluşturmak : E-ticaret web sitenizi oluşurmak konusu, hem yönetici-yürütücü bakış açısı hem de teknik kurgulayıcı-tasarlayıcı bakış açısı ile ele alınan bir ünitedir. Söz konusu ünitede bir web sitesi oluşturmak için gerekli argümanlar ve ihtiyaca göre bu argümanların optimal kullanımı üzerinde durulmaktadır.

4. Hafta > Web Mağazaları, Geliştiriciler Ve Ekiplerle Çalışmak : Web mağazaları, geliştiriciler ve ekiplerle çalışmak konusu, yönetici-yürütücü bakış açısı ile ele alınmaktadır. Özellikle e-ticaret uygulamaları meydana getirilirken dış kaynak kullanımı ve bu hususta dikkat edilmesi gereken faktörlere dikkat çekilmektedir[4].

5. Hafta > Geliştirmek, Tanıtmak Ve Başarmak : Bu bölümde, hem yönetici-yürütücü bakış açısı hem de teknik kurgulayıcı-tasarlayıcı bakış açısı ile ele alınan bir ünitedir. Web sitesini programlanma ve tanıtım aşamalarını ele alır[4,5].

6. Hafta > İçeriği Güncel Ve İlgi Çekici Tutmak : İçeriği güncel ve ilgi çekici tutmak konusu, yönetici-yürütücü bakış açısı ile ele alınmaktadır. Oluşturulan e-ticaret uygulamasının devamlılığının ve sürekli gelişen bir süreç haline gelmesinin sağlanması için yapılması gerekenleri ortaya koymaktadır.

7. Hafta > Elektronik Pazarlama Ve Elektronik Müzayede : Elektronik pazarlama ve elektronik müzayede konusu, her üç bakış açısına da hitap etmektedir. Konu kavramsal olarak ele alınıp Türkiye ve dünyadan örneklerle destreklenmektedir.

8. Hafta > Elektronik Pazaryeri (E-Pazaryeri) Nedir? : Elektronik pazaryeri konusu, yönetici-yürütücü ve tüketici müşteri bakış açısıyla ele alınmaktadır. e-pazaryerinin geleneksel anlamdaki pazarlamayla farkları karşılaştırmalı bir mantıkla gösterilmektedir.

9. Hafta > Elektronik Ticarette Güvenlik : Elektronik ticarette güvenlik konusu, her üç bakış açısına da hitap etmektedir. yapılan araştırmalara göre e-ticaret konusunda en fazla çekince yaratan faktör olan güvenlik faktörü konuyla ilgili uluslararası standartlar şifreleme algoritmaları ile teknik açıdan izah edilmektedir. Akabinde güvenli bir e-ticaret uygulamasında bulunması gerekenler ve müşterilerin dikkat etmesi gereken hususlar masaya yatırılmaktadır[5].

10. Hafta > Elektronik Ticarette Hukuk : Elektronik ticarette hukuk konusu, yönetici-yürütücü ve tüketici-müşteri bakış açısıyla ele alınmaktadır. yöneticiler için patent, telif hakları ile ilgili yasalar, müşteriler için tüketici hakları yasası gibi kanunlar ön plana çıkmaktadır.

11. Hafta > Web Tabanlı Programlama Dilleri ve Teknik Altyapı : Web tabanlı programlama dilleri ve teknik altyapı konusu, teknik kurgulayıcı-tasarlayıcı bakış açısıyla ele alınmaktadır. Bir e-ticaret uygulamasında kulanılabilecek programlama dilleri ve mantıkları tanıtılmakta, ugulamanın gerçekleşmesi için gerekli olan donanım bilgileri verilmektedir. Bu bölümde ayrıca öğrencilerin web sayfası mantığını kavrayabilmeleri için temel HTML kodlarından ve HTML sayfalarının yapılarından bahsedilmektedir.

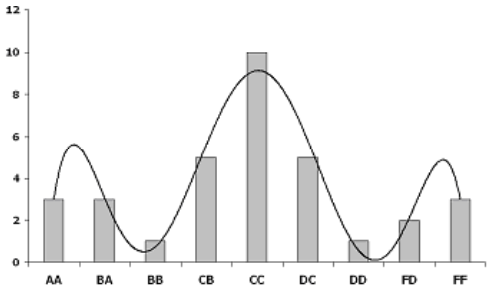
12. Hafta > Ağ Sistemleri ve İnternet : Ağ sistemleri ve internet konusu, teknik kurgulayıcı-tasarlayıcı bakış açısıyla ele alınmaktadır. genel olarak network kavramı üzerinde durulduktan sonra internet teknolojisine kadar olan tarihi gelişimi anlatılmaktadır.

13. Hafta > Proje Çalışmaları : Proje çalışmaları, öğrencilere dönem içinde verilen projelerin sunumlarını yaptıkları aşamadır.

4. Uygulanan Program Çerçevesinde Dönem Sonu Başarı Durumları

İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu'nda 2006/2007 bahar yarıyılında yukaraıda belirtilen programa uygun olarak işlenen e-ticaret dersinde öğrencilerin almış olduğu notların bölümsel bazda dağılımları aşağıdaki gibidir.

Şekil 1'de İşletme bölümünde dersi alan 33 öğrencinin harf notlarının dağılımı gösterilmiştir.



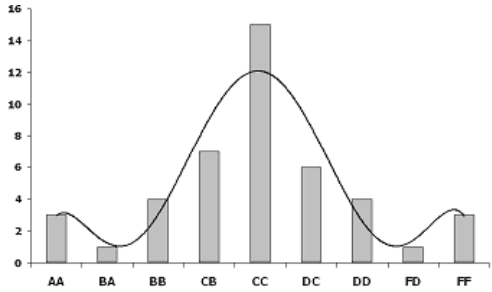
Şekil 1. İşletme bölümüdeki öğrencilerin başarı grafiği.

Şekil 1'de de görüldüğü gibi öğrencilerin not dağılımı homojen bir dağılım göstermiştir. Tablo 3'de harf notlarının dağılımı ayrıntılı olarak verilmiştir.

Harf Notu	Öğrenci Sayısı	Yüzdesel Oran(%)
AA	3	9
BA	3	9
BB	1	3
CB	5	15
CC	10	30
DC	5	15
DD	1	3
FD	2	6
FF	3	9

Tablo 3. İşletme bölümü öğrencilerinin not durumu

Şekil 2'de Pazarlama bölümünde dersi alan 44 öğrencinin harf notlarının dağılımı gösterilmiştir.



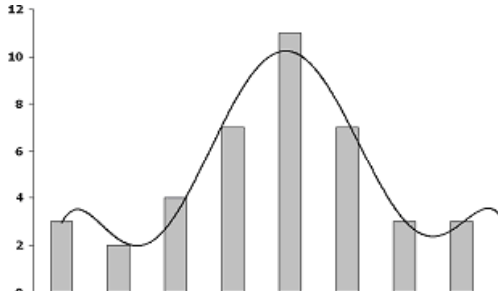
Şekil 2. Pazarlama bölümüdeki öğrencilerin başarı grafiği.

Tablo 4'de Pazarlama bölümünde dönem sonunda oluşan harf notlarının dağılımı ayrıntılı olarak verilmiştir.

Harf Notu	Öğrenci Sayısı	Yüzdesel Oran(%)
AA	3	7
BA	1	2
BB	4	9
CB	7	16
CC	15	34
DC	6	14
DD	4	9
FD	1	2
FF	3	7

Tablo 4. Pazarlama bölümü öğrencilerinin not durumu

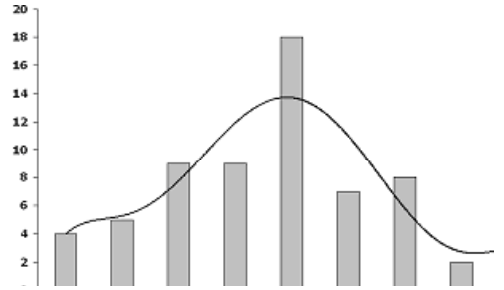
Şekil 3'de Banka ve Sigortacılık bölümünde dersi alan 41 öğrencinin, Şekil 4'de ise Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı bölümündeki 65 öğrencinin harf notlarının dağılımı gösterilmiştir. Tablo 5'de Banka ve Sigortacılık bölümünde, Tablo 6'da Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı bölümünde dönem sonunda oluşan harf notlarının dağılımı ayrıntılı olarak gösterilmiştir.



Şekil 3. Bankacılık ve Sigortacılık bölümüdeki öğrencilerin başarı grafiği.

Harf Notu	Öğrenci Sayısı	Yüzdesel Oran(%)
AA	3	7
BA	2	5
BB	4	10
CB	7	17
CC	11	27
DC	7	17
DD	3	7
FD	3	7
FF	1	2

Tablo 5. Bankacılık ve Sigortacılık bölümü öğrencilerinin not durumu

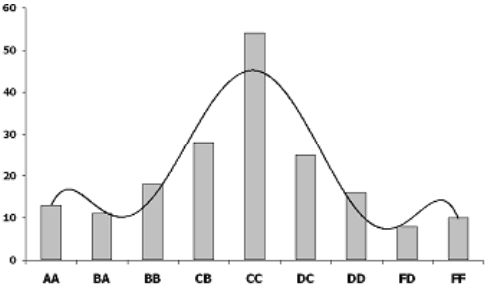


Şekil 4. Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı bölümüdeki öğrencilerin başarı grafiği.

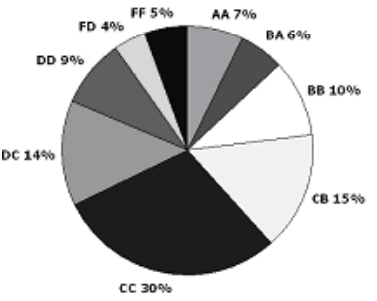
Harf Notu	Öğrenci Sayısı	Yüzdesel Oran(%)
AA	4	6
BA	5	8
BB	9	14
CB	9	14
CC	18	28
DC	7	11
DD	8	12
FD	2	3
FF	3	5

Tablo 6. Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı bölümü öğrencilerinin not durumu

Şekil 5'de bu dört bölümdeki öğrencilerin genel dağılımı çubuk grafikle verilmiştir. Şekil 6'da tüm bölümlerin not dağılımı yüzdesel olarak gösterilmiştir.



Şekil 4. Tüm öğrencilerin başarı grafiği.



Şekil 5. Yüzdesel dağılım

Belirlenen bu müfredat çercevesinde dersi alan öğrencilerin başarı durumlarına bakıldığında, not dağılımının homojen olarak gerçekleştiği görülmektedir. Daha sonraki aşamada mezun öğrencilere uygulanacak anket ile bu müfredat programı çerçevesinde uygulanan eğitimin iş hayatında öğrencilere kazandırdıkları incelenecektir.

5. Sonuç ve Öneriler

Ekonomideki yeri giderek belirginleşen ve geleneksel ticarete oranla çok daha hızlı bir gelişim kaydeden elektronik ticarete eğitim kurumlarımızca gösterilen ilgi istenilen düzeyde olmasa da konuyla ilgili ilerleme yadsınamaz düzeydedir. ancak henüz yeni şekillenmeye başlayan bir alan olduğu için e-ticaret eğitimi konusunda çok farklı yaklaşımlar söz konusudur. Yapısı itibariyle çok geniş bir alana hitap ettiği için e-ticaret eğitimi de birbirinden çok farklı meslek dallarında verilmektedir.

Aslında her bir konusu farklı bakış açılarına göre ayrı birer ders olarak okutulabilecek nitelite olan e-ticaret dersi için pratikte maalesef böyle bir uygulama yoktur. Bir alternatif olarak düşünülebilecek olan konuların meslek dalının niteliğine göre oransal dağılımı da uygulamada sorunlar yaratacaktır.

Var olan şartlar dahilinde konunun temel, teknik, hukuksal boyutları ve güvenlik boyutu mantıksal bir çerçeve uyarınca sıralanarak optimal olarak öğrenciye sunulmalıdır.

İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu'nda halihazırda okutulmakta olan müfredat yukarıda sözü edilen şartlar ve çerçeve göz önüne alınarak hazırlanmıştır. Yıl sonuna gelindiğinde ortaya çıkan sonuç tablolardan da anlaşılacağı üzere istenen düzeyde gerçekleştiği görülmüştür.

6. Kaynaklar

[1] Erdal, M., "Yüksek Öğretimde E-Ticaret Eğitimi Ve Program İçerikleri: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu E-Ticaret Dersi Uygulaması", Akademik Bilişim 2002 Konferansı, , 6-8 Şubat 2002, Selçuk Üniversitesi, Konya.

[2] MAHRER, Harald, BRANDTWEINER, Roman, (2006), "E-Business and the Global Adaptation of MBA Programmes Generalizing or Specializing MBA Majors Towards E-Business", Proceedings of the 16th Annual Conference of the International Academy for Information Management, New Orleans, Louisiana 14-16 December 2006, http:// www. iaim.org/ ICIER2006/5c2.rtf, Erişim Tarihi:15.1.2007, s.:275-285.

[3] İstanbul Aydin Universitesi web sitesi, www.aydin.edu.tr.

[4] O'HARA, Margaret,(2000), Proceedings of the 15th Annual Conference of the International Academy for Information Management, Brisbane, Australia , 6-10 December 2000, http:// www. iaim.org/IAIM2000/23.rtf, Erişim Tarihi:15.1.2007, s.:60-70.

[5] SIAU, Keng, DAVIS, Sid, DHENUVAKONDA, Kumar, (2006), "Aligning E-Business Programs With Industry Needs", Proceedings of the 16th Annual Conference of the International Academy for Information Management, New Orleans, Louisiana 14-16 December 2006, http:// www. iaim.org/ ICIER2006/2c2.rtf, Erişim Tarihi:15.1.2007, s.:87-95.