|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | YILDIRIM MESLEKİ ve TEKNİK ANADOLU LİSESİ | | SINAV SORULARI ve CEVAP ANAHTARI FORMU | | |
| Yayın Tarihi: 03.02.2020 | Revizyon Tarihi: 04.02.2022 | Revizyon No: 002 | Doküman No: EF.4.111 | Sayfa 1 / 4 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ÖĞRETİM YILI/DÖNEMİ | 2023-2024 | **ÖĞRENCİNİN** | ADI/SOYADI |  | |
| ALAN/SINIF: | BÜRO YÖNETİMİ | SINIF/ŞUBE | 11 / A | **Alan**: BÜRO YÖNETİMİ |
| DERS: | E-TİCARET | OKUL NO |  | |
| SINAV TARİHİ: | 02.11.2023 | ALDIĞI PUAN |  | |

**SORULAR:**

1. **E-Ticaret ‘ in Türkiye de ki tarihsel gelişimini açıklayınız.**
2. **E-Ticaret’ in avantajlarından 5 tane yazınız.**
3. **İşletmeden Tüketiciye e-ticaret türü hakkında bilgi veriniz.**
4. **Pazarlama kavramı unsurlarını yazınız ve bir tanesini açıklayınız.**
5. **E-Ticarette Pazarlama aşamaları nelerdir? Yazınız.**
6. **E- Ticaret’ in unsurları nelerdir? Yazınız.**
7. **E-Ticaret hakkında bilgi veriniz.**
8. **E-Ticaretin önemi hakkında bilgi veriniz.**
9. **E-Ticaret’ in dezavantajlarından 5 tane yazınız.**
10. **E-ticaret faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan birtakım sorunların giderilmesi için yasal düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur. Bu yasal düzenlemeler nelerdir?**

Asuman YÜCE ŞENER Emre YILDIRIM

Büro Yön. Öğretmeni Büro Yön. Öğretmeni

OLUR.

02.11.2023

Ömer YILMAZ

Okul Müdürü

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | YILDIRIM MESLEKİ ve TEKNİK ANADOLU LİSESİ | | SINAV SORULARI ve CEVAP ANAHTARI FORMU | | |
| Yayın Tarihi: 03.02.2020 | Revizyon Tarihi: 04.02.2022 | Revizyon No: 002 | Doküman No: EF.4.111 | Sayfa 3 / 4 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ÖĞRETİM YILI/DÖNEMİ | 2023-2024 | **ÖĞRENCİNİN** | ADI/SOYADI |  | |
| ALAN/SINIF: | BÜRO YÖNETİMİ | SINIF/ŞUBE | 11 / A | **Alan**: BÜRO YÖNETİMİ |
| DERS: | E-TİCARET | OKUL NO |  | |
| SINAV TARİHİ: | 02.11.2023 | ALDIĞI PUAN |  | |

**CEVAPLAR:**

1. **E-Ticaret ‘ in Türkiye de ki tarihsel gelişimini açıklayınız.**

Türkiye’de interneti kullanmaya yönelik ilk çalışmalar 1991 yılında Ortadoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu’nun (TÜBİTAK) ortak yürüttükleri proje çalışmaları ile başlamıştır. Yapılan bu çalışmalar sonucunda bilgisayarlar arası ilk internet bağlantısı 1994 yılında başarı ile gerçekleşmiştir. Türkiye’de interneti ilk kullanan kurum ODTÜ olmuştur. ODTÜ’nün ardından Bilkent ve Boğaziçi Üniversiteleri sonrasında özel sektör işletmeleri de interneti kullanmaya başlamıştır. Zamanla ev ve iş yerlerinde kullanıma sunulan internet akıllı telefonların icadı ile daha da yaygın hâle gelmiştir. Cep telefonlarında internetin kullanılmaya başlanması ile internet teknolojisi mobil hâle gelmiştir.

1. **E-Ticaret’ in avantajlarından 5 tane yazınız.**

• Yılın her günü ve saati açık işletmelerdir.

• Her türlü malın imalatçısına ve satıcısına ulaşma imkânı sağlar.

• Ürün, müşteri, satış bilgileri hakkında anında gerçekçi istatistikler elde edilir.

• Ürün tedarik sürecini yönetmeye imkân sağlar.

• Yerel işletmelerin dünyaya açılmalarına olanak sağlar.

• Kayıt dışı ticaretin kayıt altına alınmasını sağlar.

• Satış bölgesinin coğrafi sınırlarını genişletir.

• Genel işletme maliyetlerinin azaltılmasına imkân verir.

• İletişim maliyetlerinin azalmasına imkân sağlar.

• Daha az maliyetle daha etkili tanıtım yapılmasını sağlar.

• Satın alma maliyetlerinin düşmesini sağlar.

• Pazarlama bütçelerinde daha etkin kullanım sağlar.

• Ürün çeşitlerinin artmasını sağlar.

• Müşteri ilişkilerinde olumlu geri dönüşler olur.

• Alıcı ve satıcı arasındaki iletişimin, anlık olarak gerçekleşmesine olanak sağlar.

• Kişiye özel ürün sunma olanağı sağlar.

• Farklı kanallarda pazarlama (sosyal ağlar, e-posta, viral pazarlama vb.) olanağı sunar.

• Şirkete ilişkin ürün, fiyat vb. bilgilerin hızla güncellenebilmesini sağlar.

1. **İşletmeden Tüketiciye e-ticaret türü hakkında bilgi veriniz.**

İşletmeden tüketiciye elektronik ticaret [business to consumer (bisnıs tu kınsyumır)] ticari hayatta son tüketici olarak kabul edilen bireylerin dijital ortamda satıcı işletmelerden mal ve hizmet satın aldıkları e-ticaret şeklidir. İşletmeden tüketiciye e-ticaret yöntemi, özellikle tüm dünyayı etkileyen salgın hastalıkla (COVİD 19) birlikte daha çok ilgi görmeye başladı. Yüz yüze alışveriş yapmak istemeyen müşterilerin de internet üzerinden alışverişlerini yapabilmelerine olanak veren bu e-ticaret yöntemi, her geçen gün farklı sektörlerin müşterilerine ulaşmasına imkân sağlamaktadır.

1. **Pazarlama kavramı unsurlarını yazınız ve bir tanesini açıklayınız.**

**ÜRÜN:** İnternet bilgiye dayalı yeni ürünler ortaya çıkarmıştır. Örneğin üye olan kurumsal müşterilere pazar bilgisi sunma gibi. Internet daha önce tüketiciye fiziksel olarak ulaşan ürünleri dijital hizmetlere dönüştürebilmiştir. Kitaplar, makaleler, müzik parçaları, filmler internet üzerinden indirilerek fiziksel ürün şeklindeki muadillerine rakip haline gelmeye başlamıştır.

**FİYAT:** İnternetin yeni bir perakende satış kanalı olması ürünlerin fiyatlarının düşmesine yol açmıştır çünkü geleneksel mağazalara kıyasla dağıtım maliyetleri düşmüştür. İnternette müşteriler, mağazaları dolaşıp fiyat incelemek yerine ürünler ile ilgili tüm bilgileri karşılaştırmalı olarak tek sayfada görmeyi tercih etmektedirler. Dolayısıyla Nekadar.com, Akakçe.com, Kaçlira.com gibi fiyat arama motorları giderek artmaktadır. İnternet üzerinden fiyatlama yaparken diğer kanallardan farklı koşullar ortaya çıkmaktadır. Örneğin müzik alanında albümü tek parça almak yerine ürünü bölerek şarkıları tek tek almak ve şarkı başına ücretlendirme yapmak mümkün olabilmektedir.

**YER (DAĞITIM KANALLARI):** İnternet hem alıcılar hem de satıcılar için geleneksel yer kavramını baştan aşağı değiştirmiştir. Özellikle ürün teslimat zamanının ve şeklinin çok fark yaratma-dığı durumlarda internet üzerinden satış yapan şirketler yer dezavantajını ortadan kaldırmakta, hatta evimizin rahatlığı içinde mağaza hizmeti sunuyor olmakla avantajlı konuma bile geçebilmektedirler. Günümüzde, fiziki mağazası olmayan sadece sanal ortamda faaliyet gösteren perakendecilerin sayısı giderek artmaktadır.

**TUTUNDURMA (PAZARLAMA İLETİŞİMİ):** Bir pazarlama ortamı olarak internet, diğer kitlesel medya seçeneklerinden çok farklı özellikler taşır

1. **E-Ticarette Pazarlama aşamaları nelerdir? Yazınız.**

* E-Ticaret Platformunuzu Seçin
* Hedef Kitlenizi Belirleyin
* Sattığınız Ürün veya Hizmeti Belirleyin
* Bir Dropshipper (Tedarikçi) ile Anlaşın
* Ödeme Hizmeti Sağlayıcınızla Temasa Geçin
* Mağazanıza Bir İsim Verip Alan Adınızı Alın
* Sitenizi Satış Odaklı Olarak Tasarlayın
* Güçlü Bir Marka Stratejisi Oluşturun
* İş Yapınıza Karar Verin
* Pazarlama Kampanyalarınızı Başlatın

1. **E- Ticaret’ in unsurları nelerdir? Yazınız.**

* Alıcı
* Satıcı
* Kargo Sistemi
* Mal ve Hizmet
* Aracı
* Dijital pazarlama etkinlikleri
* Ödemenin kabul edileceği sistem
* Sistem güvenlik sertifikaları
* Firma internet sitesi, satış platformu
* Ödeme yapılacak banka ve kredi kartı

1. **E-Ticaret hakkında bilgi veriniz.**

E-ticaret; kurum ve birey tarafından metin, ses ve görsel imaj gibi sayısallaştırılmış verilerin işlenerek açık veya kapalı ağlar üzerinden iletilmesine dayanan ticaretle ilgili işlemlerdir. E-ticaretin ortaya çıkması ve gelişmesinin temelinde teknolojinin gelişmesi ve internetin yaygınlaşması yatmaktadır. İnternet altyapısının gelişmesi, kişilerin internette geçirdikleri sürelerin artması ve bu sistemleri kullanım maliyetlerinin azalması ile internet, hayatın her alanına girdiği gibi ticaret alışkanlıklarını da değiştirmiştir.

1. **E-Ticaretin önemi hakkında bilgi veriniz.**

İnternet üzerinden alışveriş yapma, aranılan ürün ya da hizmeti, çarşı pazar dolaşıp yorulmadan pek çok alternatifi bir arada görerek kısa sürede bulma ve satın alma imkanı sağlar. Bu sayede alışveriş için harcanan zamandan sağlanan tasarruf, kazanılan vaktin başka alanlarda daha verimli bir şekilde kullanılmasını mümkün kılar. İnternet üzerinde uçak, tren veya otel odası rezervasyonu, online bilet alımı gibi işlemler zaman kaybetmeden kolayca gerçekleştirilebilir. Kitap, CD, bilgisayar, hediyelik eşya, yiyecek, giyecek ve daha birçok ürün, satıldığı yere gitmeye gerek kalmadan internet üzerindeki mağazalardan sipariş edilebilir. Günümüz işletmelerinin e-ticaret konusuna, daha fazla önem vermeleri ve buna bağlı olarak AR-GE faaliyetlerine ağırlık vermeleri gerekmektedir. Çünkü e-ticaret modelleri işletmelerin yeni pazarlara açılmasına yardım etmektedir

Aynı zamanda iletişim teknolojilerinin sağladığı hız, ucuzluk ve güven pazarlama stratejileriyle birleştiğinde, işletmelerin kârlılığını arttırmaktadır. Ticaret ve iş ilişkilerinde elektronik ortamların ve özellikle internet teknolojilerinin kullanılmasıyla; mevcut iş olanakları artacaktır. Buna bağlı olarak, pazarlanan ürünlerin satışı daha kolaylaşacak, reklam, ürün tanıtım, satış öncesi ve sonrası destek ve benzeri kanallar tamamen elektronik ortamda daha efektif kullanılabilecektir. Otomatik bilgi dağıtım sistemi yardımıyla, müşterilere ve daha geniş kitlelere kolayca ulaşılabilecek, global olarak, iş dünyasıyla olan etkileşim artacaktır. İş verimlilik analizleri ve planlamalar daha kolay yapılıp Uluslar arası pazarlara kolayca ulaşabilme olanağı sağlayacaktır.

1. **E-Ticaret’ in dezavantajlarından 5 tane yazınız.**

• Yüz yüze satıştaki ikna yöntemlerinin sunduğu avantajın kullanılamaması

• Teknolojik imkânlar için ihtiyaç duyulan yatırım maliyetlerinin yüksek olması

• Tanınmayan elektronik satıcılara duyulan güvensizlik

• Ürüne dokunarak hissetme olanağının bulunmaması

• Alıcıların para ve özel bilgilerini güvende tutma zorunluluğu

• Rakip işletmelere karşı şeffaflık nedeniyle ürünlerin ve kampanyaların kopyalanabilme riski

• Uluslararası genel kabul görmüş kalite, güvenlik ve gizlilik standartlarının bulunmaması

• Düzenlemelere ilişkin ulusal ve uluslararası farklılıklar

• Müşteri hizmeti ve desteklerinin yeterli olmaması

1. **E-ticaret faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan birtakım sorunların giderilmesi için yasal düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur. Bu yasal düzenlemeler nelerdir?**

1 Mayıs 2015 tarihinde yürürlüğe giren 6563 sayılı “Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun”, elektronik ticaretin yasal altyapısını oluşturmak için Türkiye’de hazırlanan ilk düzenlemedir. 11 Ağustos 2017 tarihinde “Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi ve Bildirim Yükümlülükleri Hakkında Tebliğ” yürürlüğe girmiştir.

Asuman YÜCE ŞENER Emre YILDIRIM

Büro Yön. Öğretmeni Büro Yön. Öğretmeni

OLUR.

02.11.2023

Ömer YILMAZ

Okul Müdürü