

DERSİN ADI : MODA PAZARLAMA DERSİ

DERSİN SÜRESİ :2 Ders Saati

DERSİN SINIFI : Anadolu Meslek Programında11. Sınıf ve 12. Sınıf

DERSİN AMACI : Bu derste öğrenciye; iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini alarak moda kavramı, markalaşma süreci ve dijital pazarlama ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır.

DERS BİLGİ FORMU

DERSİN ADI	MODA PAZARLAMA DERSİ			
DERSİN SINIFI	11. ve 12. sınıf			
DERSİN SÜRESİ	Haftalık 2 Ders Saati			
DERSİN AMACI	Bu derste öğrenciye; küreselleşen dünyada moda kavramını, sektörde meydana gelen hızlı değişim ve gelişmelerle markalaşma süreci moda ve pazarlama bilgilerini kullanarak marka bir ürünü oluşturabilme, fiyatlandırabilme, dağıtım ve tutundurma faaliyetlerini planlayabilme ve etkili bir şekilde yönetip uygulayabilme, hazır giyim sektörü ve haute couture alanında temel ve güncel bilgileri kazandırabilme ile ilgili bilgi ve beceri kazandırılması amaçlanmaktadır.			
DERSİN ÖĞRENME KAZANIMLARI	- İş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini alarak Modanın tanımı, tarihi ve gelişimi, yön veren isimlere örnekler vererek modanın yayılım ve tutundurma kanallarını açıklar. - İş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini alarak Marka oluşturma yöntemlerini, global marka oluşturma süreçlerini, yeni nesil marka anlayışını açıklayarak kendi markası oluşturma sürecini sıralar. - İş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini alarak Dijital pazarlama süreçlerini ve yeni nesil müşteri trendlerini sıralar.			
EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI	Ortam: Kalıp/Uygulama Atölyesi, Donanım: Etkileşimli tahta/projeksiyon, bilgisayar, yazıcı/tarayıcı sağlanmalıdır.			
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Bu derste; öğrenci performansı belirlemeye yönelik çalışmalar değerlendirilirken; açık uçlu, çoktan seçmeli, kısa cevaplı, doğru yanlış ve eşleştirme türü maddeler(sorular) kullanılabilir. Bunun yanında Performans testleri ile süreç, ürün veya her ikisi birden değerlendirilebilir. Süreç değerlendirmede sıklıkla kontrol listeleri ve gözlem formları, ürün değerlendirme de ise derecelendirme ölçekleri kullanılabilir.			
KAZANIM SAYISI VE SÜRE TABLOSU	ÖĞRENME BİRİMİ	KAZANIM SAYISI	DERS SAATİ	ORAN (%)
	Moda Kavramı	5	24	33,33
	Markalaşma süreci	8	24	33,33
	Dijital Pazarlama	2	24	33,33
TOPLAM		15	72	100

ÖĞRENME BİRİMİ	KONULAR	ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI ve KAZANIM AÇIKLAMALARI
Moda Kavramı	1. Modanın tanımı. 2. Moda tarihi ve gelişimi. 3. Modaya yön veren isimler 4. Moda yayılım teorileri. 5. Modada tutundurma kanalları.	1. Modayı açıkla. • Moda ile ilgili temel terimleri açıkla. • Modayı etkileyen faktörler. 2. Moda tarihi ve gelişimini açıkla. • Modanın tarihsel gelişiminde öncülük eden tasarımcılardan örnekler ver. • Moda tarihinin gelişim ve değişim sürecini kronolojik olarak sırala. • Moda tarih şeridini hazırla. 3. Modaya yön veren isimlere örnekler ver. • Modaya yön veren tasarımcıları inceler. • Türk tasarımcıları özellikleri ile tanı. • Modaya yön veren Türk modacıları ve özellikleri ile tanı. • Modaya yön veren yabancı modacıları ve özellikleri tanı. 4. Modanın yayılım teorilerini açıkla. • Moda kuramlarını açıkla 5. Modada tutundurma kanallarını açıkla. • Tutundurma çalışmalarını açıkla. • Tutundurmanın önemini açıkla. • Çeşitlerini sırala. • Tutundurma yöntemlerini sırala.
Markalaşma süreci	1. Markanın tanımı 2. Marka ile ilgili kavramlar 3. Marka kişiliği kavramı 4. Marka stratejileri 5. Marka ismi ve isimlendirme stratejileri 6. Marka logo, sembol ve slogan oluşturma yöntemleri 7. Marka konumlandırma süreçleri 8. Global marka oluşturma süreçlerini açıkla.	1. Markanın tanımını yap. • Markanın günlük hayatımızdaki yeri ve önemi 2. Marka ile ilgili kavramları açıkla. • Markalamayı açıkla. • Marka yönetimini açıkla. 3. Marka kişiliği kavramını açıkla. • Marka imajını açıkla. • Moda markalarının üzerinden marka kişiliğini örneklendir. • Marka kimliği oluşturma süreçleri açıklanır. • Yeni nesil marka anlayışını açıkla. 4. Marka stratejilerini açıkla. • Markanın başarı şartları. • Ünlü markaların markalaşma süreçleri örneklendirilir. 5. Marka ismi ve isimlendirme stratejilerini açıkla. • Marka oluşturma yöntemlerini sırala. 6. Marka logo, sembol ve slogan oluşturma yöntemlerini

		sıralar. • Marka tescilinin önemi açıklar. • Marka ismi, logo, sembol ve slogan hazırlayarak marka oluşturur. 7. Marka konumlandırma süreçlerini sıralar. • Marka konumlandırma stratejilerini açıklar. 8. Global marka oluşturma süreçlerini açıklar. • Global marka kavramı açıklanır.
Dijital Pazarlama	1. Pazarlamanın temel kavramları. 2. Elektronik ticaret kavramı. 3. E-ticaretin ekonomik ve sosyal yaşama etkileri. 4. Moda sektöründe dijital medya ve pazarlamada güncel örnekler. 5. Moda sektöründe dijital pazarlamada tüketici davranışları.	1. Pazarlamanın temel kavramlarını açıklar. • Dijital pazarlamayı tanımlar. • Geleneksel pazarlama yöntemlerini açıklar. 2. Elektronik ticaret kavramını açıklar. • Dijital pazarlama tekniklerini açıklar. • Dijital pazarlama süreçleri tanımlanır. 3. E-ticaretin ekonomik ve sosyal yaşama etkilerini sıralar. • E-ticaretin ekonomik yaşama etkilerini sıralar. • E-ticaretin sosyal yaşama etkilerini sıralar. • E-ticaretin alıcılar ve satıcılar açısından önemini açıklar. 4. Moda sektöründe dijital medya ve pazarlamada güncel örnekleri sıralar. • Yönlendiricilerin (influencer) önemi açıklanır. • Moda alanında dijital medya ve pazarlamadaki mobil uygulamaları anlatır. 5. Moda sektöründe dijital pazarlamada tüketici davranışlarını açıklar. • Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler. • Dijital pazarlamanın tüketici açısından önemini açıklar.
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.		
Moda Kavramı	• Moda terimleri kartları hazırlar. • Moda tarihi şeridini dönemlere göre hazırlar. • Modaya yön veren isimlerle ilgili katalog hazırlar.	
Markalaşma süreci	• Markalardan esinlenerek potansiyel tüketicilerin davranışlarını anlatan örnek drama yapma. • Marka ile ilgili kavramları açıklayan pano hazırlama. • Bir markanın tarihsel oluşumu ile ilgili sunu hazırlama • Logo, sembol ve slogandan marka oluşturma	

Dijital Pazarlama	• Sınıfta grup oluşturarak geleneksel pazarlama ile dijital pazarlama yöntemleri konusunda münazara hazırlama. • E-ticaret sayfası tasarlama. • Yönlendiricilerle (influencer) röportaj yapma. • Moda sektöründe dijital medya ve pazarlamada güncel örneklerden moda gazetesi hazırlama. • Moda sektöründe dijital pazarlamada tüketici davranışları gösteren animasyon filmi hazırlama.
--------------------------	---

DERSİN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

1. Bu derste kazandırılması hedeflenen becerilerin kazanılabilmesi için her bireye/öğrenciye;
Bilgisayar, cep telefonu v.b araçlarla internet üzerinden araştırma yapılmasına kolaylık sağlanması gereklidir.
2. Atölye ortamında uygulama faaliyetine ait bilgiler öğrencilere uygulama öncesi anlatılmalı, dersin öğrenme kazanımlarının öğrenciye tam olarak kazandırılması amacıyla birden fazla uygulama faaliyeti yaptırılmalıdır.
3. Grup çalışmaları yaptırılarak iletişim becerileri ve ekiple işbirliği içinde çalışma becerilerinin gelişmesi sağlanmalıdır.
4. Bu derste, verilen görevi yapma planlı, düzenli ve ekonomik olma değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir.