

**T.C.  
MILLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI  
Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı**

**PERAKENDE YÖNETİMİ  
KURS PROGRAMI**

**ANKARA  
2012**




T.C.  
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI  
Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı

SAYI: 13	TARİH: 12.03.2012	KONU: Perakende Yönetimi Kurs Programı
ÖNCEKİ KARARIN		
SAYI:	TARİH:	

Özel Öğretim Kurumları Genel Müdürlüğünün 21.11.2011 tarihli ve 12211 sayılı teklif yazısı üzerine Kurulumuzda görüşülen **Perakende Yönetimi Kurs Programının** ekli örneğine göre kabulü kararlaştırıldı.



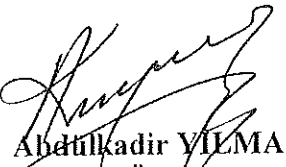
Ömer DİNÇER  
Millî Eğitim Bakanı

  
Prof. Dr. Emin KARİP  
Kurul Başkanı

(Görevli)  
Dr. Hüseyin ŞİRİN  
ÜYE

  
Prof. Dr. Mehmet BAYYİĞİT  
ÜYE

  
Doç. Dr. Hatice DURAN YILDIZ  
ÜYE

  
Abdülkadir YILMAZ  
ÜYE

  
Prof. Dr. Cengiz ALACACI  
ÜYE

  
İbrahim BÜKEL  
ÜYE

  
Aslı Gibidir.

<b>KURUMUN ADI</b>	:	
<b>KURUMUN ADRESİ</b>	:	
<b>KURUCUNUN ADI</b>	:	
<b>PROGRAMIN ADI</b>	:	Perakende Yönetimi Kursu
<b>PROGRAMIN DAYANAĞI</b>	:	5580 sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu, 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu, Özel Öğretim Kurumları Yönetmeliği, Özel Kurslar Yönetmeliği ile Haziran 2005 tarih ve 2573 sayılı Tebliğler Dergisi'nde yayımlanan 05.05.2005 tarih ve 24 sayılı Kurul Kararına göre yürürlüğe giren "Özel Kurslar Çerçeve Programı"dır.
<b>PROGRAMIN DÜZEYİ</b>	:	Eğitim, en az ortaöğretim mezunu olan bireyler için hazırlanmıştır.

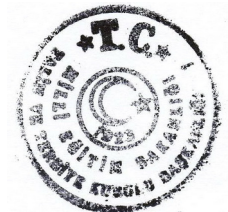
### **PROGRAMIN AMAÇLARI**

Bu program ile kursiyerlerin;

1. Müşteri talepleri ve değişen tüketici davranışları hakkında bilgi edinmeleri,
2. Müşteri talepleri ve tüketici davranışları hakkında bilgi sahibi olmaları,
3. Satın alma ve ürün yönetimi (Merchandising) bölümleri hakkında bilgi sahibi olmaları,
4. Pazar ve rakip analizleri yapabilmeleri satış-stok takibi ve yönetimi konularında bilgi sahibi olmaları,
5. Stok planlaması yönetimi ve kontrolü konularında bilgi sahibi olmaları beklenmektedir.

### **PROGRAMIN UYGULANMASI İLE İLGİLİ AÇIKLAMALAR**

1. Kursa katılan kursiyerler kurs sonunda perakende yönetimi, mağazacılık, konsept mağazacılık ve mağazacılıkta stok-satış takibi gibi perakende yönetimi için gerekli olan bilgi ve becerileri elde edeceklerdir.
2. Rekabet analizleri, stratejiler, stratejilere yönelik hedef geliştirme çalışmalarına yer verilecektir.
3. Eğitimde planlama ve satın alma süreçlerinde ürün gamı planlama, çeşitlilik planlaması, tanımlar (model, opsiyon, sku, barkod), fiyat planlaması, mağaza yerleşim planı, sezon içi planlamaları, önemli performans göstergeleri (KPI), haftalık satış ve stok planlaması (WSSI), brüt kar marjı (GMROI), stok devir hızı gibi ürün yönetiminin tüm temel kavramlarına yer verilecektir. Ayrıca bir mağaza gezisi düzenlenerek yerinde inceleme yapılacaktır.
4. Moda perakendesi sektörünün durumu ve gelecek trendleri üzerinde durulacaktır. Ayrıca satın alma süreçlerine yer verilecektir. Satın alma süreçleri kapsamında da satın alınan moda sektöründeki işleyişlerine yer verilecektir.
5. Moda pazarlaması ve perakende sektöründe satın alımcının rolü ve ürün yönetimindeki önemi üzerinde durulacaktır.
6. Tedarik yönetimi içinde yer alan fonksiyonlar, tedarik yönetiminde çalışanların amaç ve görevleri, tedarik yönetiminde çalışanlarda bulunması gereken beceriler, tedarik yönetiminin genel yönetim döngüsü içindeki yeri ve tedarik fonksiyonunun kuruluş faaliyetleri içindeki yeri ve önemi konularına yer verilecektir.
7. Satın alma fonksiyonu, gelişim aşamaları ve gelecekte satın alınan önemi üzerinde durulacaktır.



8. Stok devir hızı, stok adeti, mağaza cirosu, stok fazlalığı gibi konular ele alınarak mağazacılıkta stok ve satış takip hızını geliştirme stratejileri üzerinde önemle durulacaktır.
9. Konsept mağazalar ve birden fazla markayı aynı çatı altında bulunduran mağazalara yönelik stratejiler üzerinde durulacaktır.
10. Sektör projesi eğitimi kapsamında katılımcılar sektörden bir tekstil perakende firmasının “satın alma” dinamiklerinin incelenmesi üzerine bir proje çalışmasına yer verilecektir.
11. Eğitim programı süresince kursiyerlerin sahip olması gereken mesleki bilgi ve becerilerin yanı sıra, bireysel tavır ve tutumları üzerinde önemle durulacaktır.
12. Kurs program süresince mesleğinde uzman, örnek teşkil edecek isimler konuk olarak davet edilecektir.

### **PROGRAMIN SÜRESİ**

Haftalık süre : Günde 6 saat x 1 gün= 6 saat  
Toplam süre : 24 hafta x 6 = 144 saat

### **PROGRAM İÇERİĞİNİN TOPLAM KURS SÜRESİNE GÖRE DAĞILIMI**

#### **1. HAFTA**

- PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN GENEL YAPISI
  1. Moda Perakende Sektörü Genel Yapısı
    - a. Perakende ve perakendeci tanımları
    - b. Ürün yönetimi tanımı

#### **2. HAFTA**

- PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN GENEL YAPISI
  2. Tedarik Zinciri Yönetimi
    - a. Planlama
    - b. Satın alma

#### **3. HAFTA**

- PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN GENEL YAPISI
  2. Tedarik Zinciri Yönetimi
    - c. İmalat
    - ç. Lojistik kavramları ve örneklemeler
  3. Sektörden Konuk Konuşmacı
    - a. Konuk konuşmacı ile perakende sektörünün genel yapısı konulu bir panel düzenlenecektir.

#### **4. HAFTA**

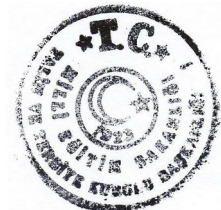
- TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ
  1. Vaka Analizleri

#### **5. HAFTA**

- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ
  1. Ürün Yönetimi ve Satın Alma Süreçlerinin İncelenmesi
    - a. Moda sektöründe ürün kategori yönetimlerinin incelenmesi
    - b. Moda perakende sektöründe ürünlerin satış fiyatı, alış fiyatı, ödeme ve teslimat ve koşullarının incelenmesi

#### **6. HAFTA**

- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ



2. Satın Alma Döngüsü ve Takvimi

- a. Satış ve kârlılığı maksimize edecek şekilde stok planlaması, yönetimi ve kontrolü

7. **HAFTA**

- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ
3. Vaka Analizleri  
4. Sektörden Konuk Konuşmacı

8. **HAFTA**

- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ
5. Satın Alımcının Rolü ve Ürün Yönetimindeki Yeri
- a. Satın alımcının görevleri  
b. Ürün yöneticisinin görevleri

9. **HAFTA**

- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ
6. Satın Alma Planlama Süreci
- a. Geçmiş sezon analizleri  
b. Günümüz pazar şartları (yeni trend analizi, rakipler, ekonomik şartlar)

10. **HAFTA**

- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ
6. Satın Alma Planlama Süreci
- c. Günümüz pazar şartları (yeni trend analizi, rakipler, ekonomik şartlar)

11. **HAFTA**

- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ
6. Satın Alma Planlama Süreci
- ç. Koleksiyon bilgisi

12. **HAFTA**

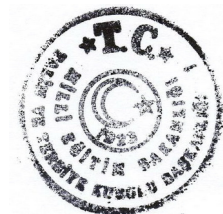
- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ
6. Satın Alma Planlama Süreci
- d. Dağıtım bilgisi  
e. Teslimat tarihleri ve biçimleri  
f. Ödeme şartları

13. **HAFTA**

- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ
7. Moda Perakende Sektöründe Stratejik Planlama Süreçleri
- a. Sezon öncesi analiz  
b. Satış kanallarının planlanması

14. **HAFTA**

- SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ
8. Moda Perakende Sektöründe Stratejik Planlama Süreçleri
- c. Satış kanallarının planlanması  
ç. Ürün gamı planlanma çalışması



**15. HAFTA**

• SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ

9. Çok Markalı ve Konsept Mağazalara Yönelik Satın Alma ve Ürün Yönetimi

- a. Mağaza gruplandırılması çalışmaları
- b. Ürün çeşitlilik planlama çalışmaları

**16. HAFTA**

• SATIN ALMA VE ÜRÜN YÖNETİMİ

9. Çok Markalı ve Konsept Mağazalara Yönelik Satın Alma ve Ürün Yönetimi

- a. Mağaza gruplandırılması çalışmaları
- b. Ürün çeşitlilik planlama çalışmaları

**17. HAFTA**

• PAZAR VE RAKİP ANALİZLERİ

1. Moda Tüketici Davranışları ve Gelecek Tüketici Trendleri

- a. Tüketici davranışlarının tanımı
- b. Tüketici davranışlarını anlamamanın önemi
- c. Marka analizi
- ç. Tüketimde kişisel faktörlerin etkisi: motivasyon ve algı

**18. HAFTA**

• PAZAR VE RAKİP ANALİZLERİ

1. Moda Tüketici Davranışları ve Gelecek Tüketici Trendleri

- a. Reklam kampanyalarında algılamanın etkisi
- b. Alışveriş alışkanlıkları
- c. Tüketimde toplumsal faktörlerin etkisi
- ç. Moda ve kültürün bitmeyen etkileşimi
- d. Dünyada ve Türkiye’de tüketim trendleri

**19. HAFTA**

• PAZAR VE RAKİP ANALİZLERİ

2. Stok/Satış Takibi ve Yönetimi

- a. Satış-stok takibi planlamasının incelenmesi
- b. Stok yönetimi

**20. HAFTA**

• PAZAR VE RAKİP ANALİZLERİ

2. Stok/Satış Takibi ve Yönetimi

- c. Stok yönetimi
- ç. Satış yönetimi

**21. HAFTA**

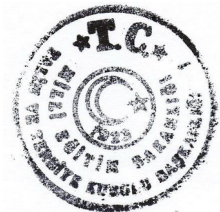
• PAZAR VE RAKİP ANALİZLERİ

3. Görsel Mağazacılık

- a. Görsel düzenlemenin temel içerikleri
- b. Sunumda önemsenmesi gereken faktörler
- c. Sunum teknikleri

**22. HAFTA**

• PAZAR VE RAKİP ANALİZLERİ



#### 4. Mağazacılık ile İlgili Proje Grup Çalışması

### 23. HAFTA

- PERAKENDEDE BİLGİ SİSTEMLERİ
  1. Ürün Yönetimi Sistemleri
  2. Planlama Sistemleri
  3. Optimizasyon Araçları

### 24. HAFTA

- YENİ İŞ YAPIS BİÇİMLERİ
  1. Elektronik Ticaret
  2. Sosyal Medya
  3. Mobil Uygulamalar
- Proje Sunumu ( Öğrencilerden konuların tamamını kapsayan bir sektör projesi hazırlamaları istenecektir.)

### ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME İLE İLGİLİ ESASLAR

Kurs sonunda kursiyerlerin program çerçevesinde edindikleri kazanımlarını ölçmek amacıyla bir sınav düzenlenir. Sınav değerlendirmesi, Millî Eğitim Bakanlığı Özel Kurslar Yönetmeliği'nin 24. maddesi dikkate alınarak yapılır. Değerlendirme sonunda başarılı olan kursiyerlere MEB tarafından onaylı "Kurs Bitirme Belgesi", başarısız olan kursiyerlere ise "Kurs Katılım Belgesi" verilir.

<u>Puan</u>	<u>Not</u>	<u>Derece</u>
0-44	D	Başarısız
45-69	C	Orta
70-84	B	İyi
85-100	A	Pekiyi

### PROGRAMIN UYGULANMASINDA KULLANILACAK ÖĞRETİM ARAÇ VE GEREÇLERİ

Programın uygulanmasında, eğitim personeli tarafından hazırlanan power point sunular, ders notları, smartport yazılım programları vb. teknolojik donanımlardan yararlanılacaktır. PC ve MAC sınıfı olarak teknolojik donanım ayrı ayrı düzenlenecektir.

- 1 adet motorlu projeksiyon perdesi
- 1 adet projeksiyon
- 1 adet akıllı tahta
- 1 adet 42" plazma televizyon
- 1 adet tepegöz
- 30 adet kolçaklı sandalye
- 1 adet eğitim masası
- 1 adet laptop

