

ÖĞRENCİLERİN İŞ UYUMLARININ GELİŞTİRİLMESİ İÇİN ETKİN ÖĞRETİM YÖNTEMLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Günel ÖNCE*
Aydm KAYABAŞI**
H.Seçil FETTAHLIOĞLU***

Özet

Yüksek öğretimde öğrenme yöntemleri üzerine yapılan değerlendirmelerde genelde öğrenme sonuçları üzerine odaklanılmaktadır. Gelecekte öğrencilerin iş yaşamlarına uyum sağlamak açısından önem taşıyan öğrenme süreci, öğretim yöntemlerinin etkinliğiyle gelişme göstermektedir. Bu açıdan, öğrenme sürecinde uygulanacak öğretim yöntemleri önemlidir. Bu çalışmada, pazarlama alanında çalışmayı planlayan, pazarlama disiplinine yatkınlığı olan öğrencilerin iş uyumlarının artırılması için pazarlama derslerinde kullanılacak öğretim yöntemlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Öğretim Yöntemleri, İş Uyumu, Eğitsel Amaçlar, Pazarlama Eğitimi.

AN APPLICATION ON DETERMINING TEACHING METHODS IN ORDER TO DEVELOP THE BUSINESS ADAPTATION OF STUDENTS

Abstract

Evaluation of teaching methods in higher education is generally focused on learning outcomes. Learning process that has great importance to adapte their future working life is a vital function appears to improve along with the effectiveness of teaching methods. At this aspect, teaching methods that are applied in marketing courses carry an important function in facilitating their adoption to work environment.. It is important for students, who plan to work in marketing field and who also have talent in marketing discipline and practice, to enhance their job skills and orientations. At this regard, this study attempts to determine the scope of marketing courses and

* Prof.Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü.

** Araş.Gör.Dr. Dumlupınar Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü.

*** Araş.Gör. Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü.

alternative teaching methods to provide these students with required marketing knowledge and practice.

Key Words: Teaching Methods, Job Orientation, Marketing Education, Educational Purpose

1- Giriş

Pazarlama öğretimi, bireylerin işletmelerdeki çalışma yaşamlarında pazarlama mesleğini ve çalışma konularını en iyi şekilde uygulamaları, örgütlerin amaçlarına ulaşmaları ve toplumsal refahın artırılması açısından büyük önem taşımaktadır. Pazarlama öğretiminin yapısal niteliğinin geliştirilmesi kariyer olanaklarının artırılmasını, mesleki standartların oluşturulmasını ve pazarlamanın imajını doğrudan etkilemektedir. Günümüzde yaşanan çevresel değişim karşısında bireysel ve örgütsel açıdan başarılı olmanın temel anahtarı konumuna gelen pazarlamanın, modern dünyanın gereklerine uygun şekilde mesleki yapılanma içerisine girme gerekliliği her geçen gün artmaktadır. Söz konusu gerekliliğin giderilmesi için yüksek öğretimde fakülte, yüksekokul ve sosyal bilimler enstitüleri tarafından kullanılan araç, gereç ve öğretim yöntemlerinin etkinliğinin artırılması gerekmektedir. I. ve II. Dünya Savaşları arasında farklı bir iş ve yönetim olgusu olarak, pazarlama önemli bir şekilde değişme ve gelişme göstermiştir. En önemli değişmelerden biri, pazarlamanın başlangıçta yeni müşterilerin elde edilmesinden, mevcut müşterilerin elde tutulmasıyla daha fazla müşteri önceliğine yönelmesidir. Bu değişim temelinde ortaya çıkan pazarlama kavram ve anlayışlarındaki değişimin kavramsal ve uygulama yönünün daha iyi bir şekilde anlaşılması, öğrencilere liderlik, iletişim yeteneği, takım çalışması ve yaratıcılık gibi amaçları kapsayan öğretim yöntemleriyle sağlanabilecektir(Lindgren vd., 2004:673, 688).

Öğrenme bireyden bireye farklılıklar göstermekte ve farklı öğretim yöntemlerinin kullanılmasını gerektirmektedir. Öğrenme yöntemleri, doğuştan var olan bireysel karakteristik özellikler arasında yer almaktadır(Çukacı, Elagöz; 2006:147-164).

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler öğretim yöntemlerinin etkinlik düzeyini de artırmaktadır. Bu gelişmeler, iş dünyasının da nitelikli iş gücüne olan gereksinimi eskiye oranla daha da artmıştır. Özellikle bilgi çağı olarak nitelendirilen çağımız, örgütlerin olduğu kadar bireylerin de bilgi elde eden ve bilgiyi rasyonel şekilde kullanan bireyler olmalarını gerektirmektedir. Bilginin elde edilmesi ve etkin şekilde kullanılması noktasında iş uyumu olgusu gündeme gelmektedir. Öğretim yoluyla kazandırılan bilgi ve becerilerin kullanılacağı ortamın öğrenciler üzerindeki etkisinin ne yönde olacağı bilinmemekte ve öğrenciler açısından

belirsizlik arz etmektedir. Söz konusu belirsizliğin giderilmesi aşamasında öğretim yöntemlerinin devreye girmesi, gelecekte öğrencilerin karşılaşılabileceği durumların ortaya koyulmasını ve öğretim yöntemlerinin geliştirilerek çözümler üretilmesini sağlayabilecektir.

İş uyumu, karakteristik özelliklerle birlikte elde edilen bilgi ve becerilerin, örgütsel politika, yapı, süreç ve kültüre yansıtılması olarak ifade edilebilmektedir. Bireylerin teorik bilgiler yanında takım çalışmasına yatkınlık, analitik ve sözel düşünebilme yeteneği, örgütsel ve bireysel amaçların bütünleştirilebilmesi vb. gibi özelliklere sahip olmaları başarılı bir şekilde çalışma ortamına uyum sağlamalarında faydalar sağlayacaktır. “Büyük holding ve işletmelerin yönetim kurulu başkanları ve üst düzey yöneticilerine eleman seçiminde dikkate aldığınız özellikler nelerdir diye sorulduğunda, dürüstlük, adaptasyon kabiliyeti, sabırlı ve metanetli olması ve eğitim düzeyi gibi cevaplar verildiği görülmüştür” (www.ansiad.org.tr).

Öğrencilerin mezun olduktan sonraki bilgi ve becerileri ile karakteristik özellikleri yapmaları gereken işle ilgili niteliklerin tamamını içermiyorsa, işe alınan bireylerin işe uyum süreleri uzayacaktır. Bu sürenin oldukça kısa olması işletmeler yanında çalışanlar açısından da önemlidir. Bu sürenin kısalması, öğrencilerin yüksek öğrenimleri esnasında etkin öğretim sistemlerinin kurulması ve kullanılması yoluyla gerekli bilgi ve becerileri kazanması veya işletmelerde çalışma hayatına girdiklerinde işletmelerin oryantasyon programları yoluyla sağlanabilecektir.

2. Literatür İncelemesi

Ülkelerin gelişme ve kalkınması, refah düzeyinin artması ve küresel dünyanın gerektirdiği niteliklere sahip işgücünün yetişmesi eğitim ve öğretim sisteminin etkinliğine doğrudan bağlıdır. İşletmeler açısından nitelikli işgücünün yetişmesi, bilim ve teknolojinin üretimine ve kullanımına yatkınlık, yenilik ve yaratıcılığın gelişmesi konularında yüksek öğretimin önemini göstermektedir. Bu amaçla verilecek pazarlama dersleri, bireysel ve toplumsal yaşam için zorunlu olan bilgi, beceri ve pratik uygulama yeteneklerini kazandırarak, bireyi zihinsel, duygusal, sosyal, ekonomik ve kişisel yönleriyle dengeli biçimde geliştiren bir süreç niteliğinde ele alınmalıdır. Söz konusu süreç, kişiye uygun iş ve kariyer olanakları sağlamak, kişisel gelişim, işe uyumun kolaylaştırılması ve işle ilgili bilgi ve becerisinin geliştirilmesini sağlamak amacıyla yükseköğretim seviyesinde farklı öğretim yöntemleri uygulanmalıdır (Orhaner ve Tunç, 2003: 199).

Yüksek öğretimde takip edilen öğretim yöntemleri dünya çapında tartışılan ve geliştirilmesi için sürekli çaba sarfedilen bir konu haline gelmiştir. Bunun nedenlerine baktığımızda, ilk olarak, öğretim

elemanları maliyetinin toplam maliyetlerin önemli bir kısmını oluşturması nedeniyle öğretim yöntemlerine yansımaları ve ikinci olarak, iletişim ve bilgi yayılımını sağlayan teknolojilerde yaşanan gelişmelerin iletişim ve bilgi paylaşımının çok önemli bir görünümü konumundaki öğretim uygulamaları üzerine önemli bir etkiye sahip olmasıdır. Son olarak ise, yoğunlaşmanın artması, kamusal ve öğretim kalitesinin önemli bir performans göstergesi haline gelmesi öğretim yöntemlerine olan dikkati arttırmıştır. Ayrıca, yüksek öğretim kurumları, iş dünyasının ve öğrencilerin bireysel beklentilerinin karşılama yoluyla yerine getirdikleri faaliyetlerin etkinliğini ve bunların piyasada nasıl algılandıklarını belirleyebilirler. İfade edilen unsurların bilinmesi ve potansiyel öğrenciler üzerine olan etkisi, kurumsal politika ve stratejilerin belirlenmesinde önemli etkiler yapmaktadır. Etkili diğer değişkenler olarak, yerleşim yeri, derslerin öğrencilere sağlayacağı faydalar, ileride sağlayacağı kariyer ve istihdam olanakları ve akademik kaliteye yönelik imaj sayılabilmektedir(Moogan ve Bainbridge, 2001: 181).

Öğretimin amaçları; güncel bilgilerin yayılımı, fikir ve bilgiyi kullanma yeteneğini geliştirme, fikir ve ifadeleri test etme yeteneğini geliştirme, fikir ve ifade üretme yeteneğini geliştirme, öğrencilerin kişisel gelişimlerini kolaylaştırma, öğrencilerin kendi öğrenmelerini planlama ve yönetme kapasitelerini geliştirme şeklinde ifade edilmektedir(Bourner, 1997:344,345). İfade edilen amaçlara yönelik olarak kullanılan öğretim yöntemleri ve türleri aşağıda tablo.1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Öğretim Yöntemleri ve Öğrenme Stilleri

Öğrenme Yöntemleri	Öğrenme Türleri
✓ Tartışma yoluyla öğretim,	✓ Görsel öğrenme
✓ Anlatım yoluyla öğretim,	✓ İşıtsel
✓ Soru-yanıt yöntemi ile öğretim,	✓ Kinestetik / Dokunsal
✓ İşbirlikli öğrenme yoluyla öğretim,	
✓ Araştırma yoluyla öğretim,	
✓ Örnek olay incelemesi yoluyla öğretim,	

Kaynak: Çukacı, Elagöz; 2006, s.147-164.

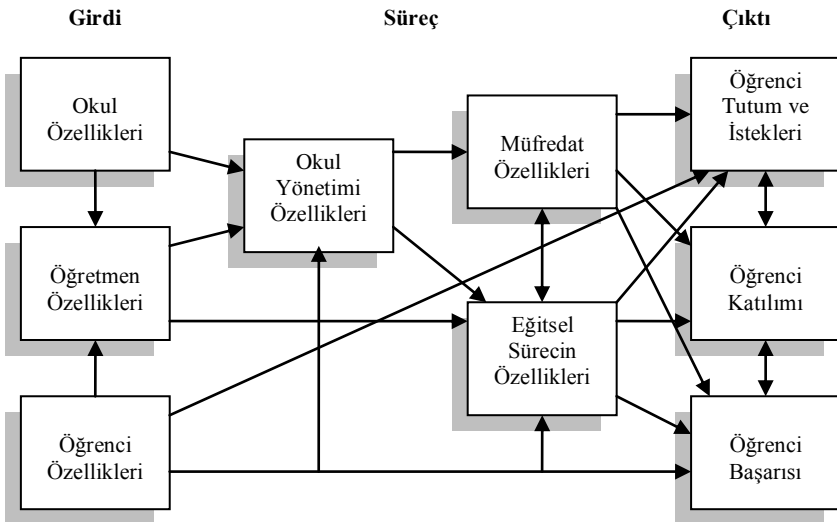
Öğretim yöntemlerine ilişkin yapılan diğer bir sınıflama ise genel öğretim yöntemleri sınıflandırması olarak pasif, aktif ve toplu öğretim yöntemi olarak yapılmaktadır. Pasif yöntem; klasik ve eski okulu temsil eden bir yöntem olarak ifade edilmektedir. Bu yöntemde öğretmen aktif, öğrenci pasif konumdadır. Teorik ve kitlesel eğitimin temel yöntemi olarak kullanılmaktadır. Aktif yöntem; öğrencinin aktif, öğretmenin rehber olarak rol aldığı yöntemdir. Öğrencinin konuyu görerek, araştırarak, inceleyerek öğrendiği yöntemdir. Toplu

Öğrencilerin İş Uyumlarının Geliştirilmesi İçin Etkin Öğretim Yöntemlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Uygulama

öğrenme yöntemi ise; birbiriyle ilgili birbirini tamamlayıcı nitelikte olan derslerin veya konuların birleştirilerek tek bir ders veya konu halinde işlenmesi esasına dayalı bir yöntemdir. Daha çok öğrencinin bir araya getirilerek, konferans verilmesi gibi ders anlatma yöntemi değildir. (Çelikkaya, 1999:73,75).

Öğretim yöntemlerinin etkinliği, girişimcilik ve uyum sağlama üzerine çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Jones ve English (2004) tarafından yapılan araştırmada, Tasmania Üniversitesinde girişimcilik üzerine yeni bir programın yapılandırılmasına ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Söz konusu program ile öğrenme süreci ve sorumluluğu öğretmen odaklı öğretim sürecinden öğrenci odaklı öğrenme sürecine çevrilmiştir. Bu öğrenme yöntemi, klasik temel öğrenme yöntemlerinin yenilenmesini sağlamıştır. Yöntemden başarılar elde edilmesi ve öğrencilere kendi geleceklerini yönetme sorumluluğunun verilmesi yönetime olan ilgiyi arttırmıştır. Çalışmada, temel olarak öğretim tarzının aktif, ampirik öğrenmeyi destekleyici, problem çözmeye dayalı, proje temelli, yaratıcı ve dikkatli değerlendirmeleri kapsamının gerekliliği ifade edilmektedir (Jones ve English, 2004: 416 -423). Öğrenci odaklı veya müşteri odaklı yaklaşımın, yetenek ve bilgiyi geliştirme yanında süreklilik taşıyan ve iş dünyasına yönelik gelişmeye teşvik edici olunmasını amaçlayarak öğrenci beklenti ve ihtiyaçlarının en iyi şekilde anlaşılması üzerinde önemle durmaktadır. (Pearson ve Choueke, 1997: 62) Söz konusu amaçların gerçekleştirilmesi eğitsel sistemde temel özelliklerin barındırılmasını gerektirmektedir. Bu özellikler aşağıda şekil.1’de kısaca gösterilmektedir.

Şekil 1. Eğitsel Sisteminin Özellikleri



Kaynak: W.J. Pelgrum; 2004, p.257.

Küresel devrimin niteliklerini karşılayabilmek çoğu işletmenin toplam kalite yönetimi stratejilerini uyarlamalarına ve kalite geliştirme girişimlerine başlamalarına neden olmuştur. Toplam kalite yönetimi kalitenin başarılmasında kapsamlı bir organizasyon çalışmasını ifade etmektedir. TKY mükemmelliğe yöneliktir ve işletmeler, sağlık ve kamu kurumlarında mal ve hizmetlerin kalitesinin geliştirilmesinde yaygın bir kullanıma sahiptir. Bu amaçla, yüksek öğretim kurumları öğretim kalitesinin geliştirilmesi için TKY ilkelerini uygulamışlardır. Ancak, yüksek öğretim kurumlarında TKY uygulanması ile kalitenin geliştirilmesinin ilerlemesi doğrusallık göstermemiştir. Gelişme TKY'ne ilişkin müfredatın iyileştirilmesinde görülmesine rağmen, yüksek öğretim kurumlarında işlemsel problemlerin çözümüne yönelik gelişme görülmemiştir. Üniversitelerde başarılı bir TKY uygulamasının çeşitli aşamaları vardır. Bu aşamaların her biri başarılı bir şekilde kurulmalı ve işletilmelidir. Bu doğrultuda öğrenci memnuniyetinin sağlanması ve öğrencilerin işletmelere uyumunda önemli başarılar elde edilmiş olacaktır. Yapılan çalışmanın amacını, öğrenci açısından başarılı eğitsel amaçlara ulaşabilmek için uygun öğretim yöntemlerinin tanımlanması ve bu yöntemlerin etkinliklerinin değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Bu amaçla, kalite fonksiyon göçerimi ve analitik hiyerarşi planlaması yöntemi uygulanarak çalışma yürütülmüştür.(Lam ve Zhao, 1998: 389 - 390). Rodrigues (2004) yaptığı çalışmada, farklı kültür/ülkelerin çevresel taleplerden etkilenen farklı öğrenme stillerini benimsediklerini ifade etmiştir. Bir kültür/ülkenin karakteristik öğrenme stili çocuk yetiştirme ve eğitim sistemi aracılığıyla güçlendirilmekte ve kurumsallaştırılmaktadır. Bazı yazarlar, Asya ve Batı öğrencilerinin farklı pedagojik tercihlere sahip olduklarını belirtmektedir. Örnek olarak; batı öğrencilerinin kendilerinin araştırma ve keşfetmesi yoluyla öğrenmeyi ve katılımlarının sağlanmasını kabul ettiklerini ve aktif öğrenme yöntemini tercih ettiklerini belirtmektedir. Çinli öğrencilerin, öğretmenlerinin öğrenme konularını sağlamalarını ve yönlendirmelerini beklemekte olduklarını ve pasif öğrenme yöntemini tercih ettiklerini belirtmektedir. Kültürel farklılıklar, bazı insanların öğrenme sürecinde daha fazla kontrol ve kişisel sorumluluk istemelerine, bazılarının ise öğretmenin yapılandırmasını tercih etmelerine neden olmaktadır. Bir kimsenin, bilgi ve yeteneklerinin geliştirilmesinde bireysel farklılıklar önem taşımaktadır. Söz konusu bireysel farklılıklar, çeşitli öğretim yöntemlerinin kullanılmasını ortaya çıkarmaktadır. Yapılan çalışmada, uluslar arası işletmecilik,

Öğrencilerin İş Uyumlarının Geliştirilmesi İçin Etkin Öğretim Yöntemlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Uygulama

pazarlama, yönetim, yönetim bilgi sistemleri, finansman ve muhasebe derslerini görmekte olan toplam 631 öğrenci üzerine anket yöntemi kullanılarak aktif ve pasif öğrenme yöntemlerine ilişkin değerlendirmelerine başvurulmuştur. Araştırmada öğrencilerden elde edilen veriler tablo2’de gösterilmektedir(Rodrigues, 2004: 171).

Tablo 2. Öğrenme Yöntemlerinin Önem Dereceleri

Öğrenme Yöntemleri	N	1	2	3	4	5	Ort.
Örnek olay çözümleme	617	2,1	13,9	29,0	41,3	13,6	2,50
Bireysel araştırma projeleri	630	4,4	14,9	39,4	31,3	10,0	2,27
Grup projeleri	626	8,8	18,2	33,1	28,4	11,5	2,16
Sınıf içi tartışmaları	627	0,3	5,1	12,8	44,0	37,8	3,14
Öğretmen tarafından ders verilmesi	631	0,3	1,4	12,5	46,1	39,6	3,23
Ders kitabı okunması	630	2,7	8,6	27,6	44,3	16,8	2,64
Misafir konuşmacı	622	8,5	20,7	33,0	28,5	9,3	2,09
Sınıfta video gösterimi	623	6,3	21,5	35,8	28,7	7,7	2,10
Öğrenci sunumları yapılması	627	13,1	23,1	30,8	24,9	8,1	1,92
Bilgisayarlı öğrenim yapılması	622	7,2	18,3	29,9	30,7	13,8	2,26

Not: N: cevaplayıcı sayısı, 1: önemli değil, 2: çok az önemli, 3: kararsızım, 4: önemli, 5: çok önemli.

Kaynak: Carl A. Rodrigues; 2004, p.175.

Yukarıdaki tablo.2’de görüldüğü üzere ortalaması en yüksek öğretim yöntemleri; sınıf içi tartışmaları, öğretmen tarafından ders verilmesi, ders kitabı takip edilmesi ve örnek olay çözümlemeleridir. Öğretim yöntemlerinin temel amaçları ve bu amaçların tanımları aşağıda tablo.3’te gösterilmektedir

Tablo 3. Eğitsel Amaçlar ve Tanımlaması

Eğitsel Amaçlar	Amaçların Tanımlanması
Analitik yeteneklerin gelişmesi	Analitik yetenek, bir problemin anlaşılması ve kalitatif ve kantitatif analizlerin kullanma yeteneği ve probleme ilişkin alternatif çözümleri değerlendirebilmeyi ifade etmektedir.
Problem çözme yeteneğini geliştirme	Problem çözme yeteneği; öğrencilerin probleme ilişkin en iyi çözüm yolunu seçmesi ve uygulaması algılayacağı analitik yetenektan daha yüksek seviyeyi ifade etmektedir.
Gelecek kariyerine yönelik gelişme	Bu amaç kariyer odaklıdır ve çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Bilgi ve yetenekleri öğrencilerin öğrenmesi, onların kendi gelecek kariyerlerinin en iyi şekilde geliştirilebilmesi için öğrenci kariyer amaçlarından oluşması gerekecektir.
Pratik uygulama yeteneklerini geliştirme	Pratik uygulama yetenekleri, gerçek problemlerin çözümünde öğrenilen bilgi ve yetenekleri uygulamada öğrenci yeteneklerini ifade etmektedir.
Temel kavramların kavranması	Öğrencilerin bazı temel önemli kavramları kavraması gerekmektedir. Bu kavramlar, temel konuların anlaşılmasına yöneliktir.
Uzmanlık bilgisini geliştirme	Uzmanlık bilgisini geliştirme, belirli bir konu üzerine öğrencilerin uzmanlaşmasına yönelik bilgi geliştirilmesine yardımcı olmayı ifade etmektedir.
İletişim yeteneklerini geliştirme	Bu amaç, sözlü ve yazılı şekilde diğer kişilerle öğrencilerin iletişim yeteneklerini geliştirmeyi ifade etmektedir.
Konuya ilgi çekme	Konuya ilgi çekilmesi, öğrencilerin konulara ilgilerinin özendirilmesini sağlamayı ifade etmektedir.
Sınavlara yönelik gelişme	Öğrencilerin girecekleri sınavlarda başarılı olmaları ve yüksek notlar almalarını sağlamayı ifade etmektedir.
Analiz yapılmasına yönelik bilgisayar bilgisini zenginleştirme	Bu amaç, analiz yapma ve karar alternatiflerini değerlendirmede öğrencilerin bilgisayar bilgisi ve yeteneklerini geliştirmesine olanak sağlanmasını ifade etmektedir.

Kaynak: Lam, Zhao; 1998, p.399, Pearson, Choueke, 1997, p.58.

Küster ve Vila (2006) tarafından Kuzey Amerika ve Avrupa’da uygulanan pazarlama eğitimi metotlarının karşılaştırılması ve uygun seçenekler arasında daha etkili eğitim seçeneklerine yönelik düşüncelerin analiz edilmesi amacıyla yönelik araştırmalardan elde edilen bulgular ise şu şekildedir. Üç öğrenme yöntemi iki grupta da yaygın şekilde kullanılmaktadır: Bunlar; alıştırmalar, örnek olaylar ve derslerin öğretmen tarafından verilmesidir. Amerikalılar teknolojiye dayalı eğitim yöntemi seçeneklerini daha fazla kullanmakta iken, Avrupalılar, diğer geleneksel yöntemler ve öğretmen tarafından ders verilmesine eğilim göstermektedir. Avrupa’da konuya yaklaşım, gerçek dünyaya yönelik uygulamalı araştırmaları desteklemektedir. Kuzey Amerika’daki uygulama ise, birebir etkileşime dayalı öğrenme, yüzyüze küçük gruplarla özel ders gibi kişiselleştirilmiş öğrenmeye yatkınlık oluşturmaya yöneliktir(Küster ve Vila, 2006: 319).

Aşağıda tablo.4’te satırlarda öğrenme yöntemleri ve sütunlarda kullanılan yöntemlerin öğrencilere sağladığı faydalar gösterilmektedir(Küster, 322).

Öğrencilerin İş Uyumlarının Geliştirilmesi İçin Etkin Öğretim Yöntemlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Uygulama

Tablo 4. Öğrenme Yöntemlerinin Özellikleri

Yöntemler	Bilgi yaratma	Takım çalışmasına katkı	İletişim Yeteneğini kolaylaştırma	Liderliği geliştirme	Karar almaya yardımcı olma	Yaratıcılığı geliştirme
Ders verilmesi						
Eğitsel dokümanlar	x	x	x	x	x	x
Seminer			x	x	x	
Uzaktan öğrenme	x					
Uygulamalı	x					
Alıştırmalar						
Örnek olaylar	x	x	x			
İşletme oyunları	x	x	x	x	x	
Rol oynama	x		x	x	x	
Philips 66		x	x			x
Beyin Fırtınası			x			x
Dışardan Eğitim		x	x	x	x	

Kaynak: Küster, Vila; 2006, p.325.

Öğrenme yöntemleri, amaçları ve uygulamaları ise aşağıda tablo.5'te gösterilmektedir

Tablo 5. Öğretim Yöntemleri, Amaçları ve Uygulamaları

Yöntemler	Amaçları	Uygulamaları
Ders verilmesi	Öğretenden öğrenciye bilgi geçişi, Yeni kavramlara giriş, Zor konuları açıklamak, Dokümanite edilmemiş konuları öğretmek	Hafızada tutulması gereken temel sözel bilgilerin, büyük gruplara iletilmesi,
Eğitsel dokümanlar	Öğrencinin performansını geliştirmek için bireysel özen verilmesi	Tüm öğrenme süreçlerinde kullanışlıdır.
Seminer	Az sayıda öğrenciye belirli konuların araştırma olarak verilmesi, öğretmenin tartışmaları yönlendirmesi, Araştırma yeteneği sağlama,	Özellikle lisansüstü eğitime yönelik faydalıdır ve öğrenme ve araştırmayla ilgilidir.
Uzaktan öğrenme	Coğrafik olarak dağınık öğrencileri eğitime,	Yetişkin öğrenciler, çalışanlar, engelli insanlar ve diğer zaman kısıtı olan öğrenciler üzerine kullanılabilir.
Uygulamalı Alıştırmalar	Teorik kavramların daha iyi anlaşılması,	Teknik konularda kullanılabilir.
Örnek olaylar	Mesleki alanda öğrencileri yaklaşım sağlama, SWOT analizleri, karar alma, takım çalışması vb.	Lisansüstü programlardaki sınıflarda kullanılmaktadır.
İşletme oyunları	Öğrencilerin bilgilerini bütünleştirme, Yetenek ve kapasitelerini kolaylaştırma,	Öğrenmeyi tamamlamak için son olarak başvuru olan yöntemdir.
Rol oynama	Gerçek mesleki durumları analiz etme, Gerçek durumlarda hareket etme,	Teknik olmayan konularda kullanılmaktadır.
Beyin Fırtınası	Yaratıcılığı geliştirme	Yaratıcılık süreçlerine yöneliktir.

Kaynak: Küster, Vila; 2006, p.326.

Öğrenme yöntemlerinin amaçları ve özellikleri ile eğitsel amaçlar ve özellikleri arasındaki uyumun öğrencilerin okul sonrası iş

yaşamlarındaki uyumun çözümlenmesine dönük yararlı sonuçları olduğu gözlemlenmekte ve bundan yararlanılması gerektiği anlaşılmaktadır.

3. Araştırmanın Metodolojisi

Bu bölümde araştırmanın amacı, yöntemi, kapsamı ve örnekleme üzerinde durulacak, ayrıca araştırmada kullanılan istatistiklerle ilgili olarak bilgiler verilip hipotez testleri incelenecektir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada pazarlama dersi alan öğrencilerin gelecekte iş uyumlarının kolaylaştırılması ve hızlandırılması açısından kullanılabilir öğretim yöntemlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın amacı doğrultusunda araştırma tekniklerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Literatür incelemesi kısmında değerlendirilen araştırmalar incelenerek anket formu tasarlanmıştır. Anketteki ifadelerde 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Anket, 3 bölümden oluşmaktadır, 1. bölümde, demografik ifadeler, 2. bölümde iş uyumları açısından pazarlama öğretiminin amaçlarına yönelik değerlendirmeler ve 3. bölümde kullanılabilir aktif ve pasif (klasik) öğretim yöntemlerine ilişkin puanlamalar yer almaktadır.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Örnekleme

Araştırmanın kapsamını, Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, İzmir Meslek Yüksek Okulu Pazarlama Bölümü ve Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı öğrencileri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda araştırmaya İİBF işletme bölümünün üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri toplam 1700 kişi, meslek yüksek okulu pazarlama bölümü öğrencileri toplam 150 ve SBE işletme anabilim dalı ders aşaması öğrencileri toplam 470 kişi olmak toplam 2320 öğrenci kapsamıştır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre toplam 225 öğrenciye anket uygulanmıştır.

3.4. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırma verileri SPSS 13.0 veri analiz programından faydalanılarak analiz edilmiştir. Tanımlayıcı istatistiksel analiz tekniklerinden frekans dağılımı ve yüzde analizleri, yorumsal istatistiksel analiz tekniklerinden faktör analizi, bağımsız örnek t-testi ve tek faktörlü anova kullanılmıştır.

3.4.1. Araştırmanın Güvenilirliği

Araştırmaya ilişkin gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucunda cronbach alfa (α) değeri 0,890 olarak belirlenmiştir. Bu

değer ölçeğin genel güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

3.4.2. Tanımlayıcı İstatistiksel Analizler

Araştırmada demografik özellikleri belirlemek amacıyla cinsiyet, öğrenim görülen yer, öğrenim görülen yerden memnuniyet ve öğrenim görmeyi tercih ettiğiniz öğretim yöntemi olmak üzere dört değişken kullanılmıştır. Söz konusu değişkenlere ilişkin frekanslar ve yüzde dağılımları aşağıda gösterilmektedir.

Araştırmaya toplam 225 öğrenci katılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %56'sını bayan, %44'ünü bay öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerin %39'u önlisans, %46'sı lisans ve %15'i yüksek lisans öğrenimi görmektedir. Öğrencilerin, %80'i okuduğu bölümden memnun olduğunu %20'si memnun olmadığını ifade etmiştir. Öğrencilerin, %88'i aktif öğretim yöntemini tercih ettiğini %12'sinin ise pasif (klasik) öğretim yöntemini tercih ettiğini ifade etmiştir. Araştırmaya katılan bayan öğrencilerin %46'sı önlisans, %38'i lisans ve %16'sı yüksek lisans öğrenimi yapmaktadır. Bay öğrencilerin, %47'si önlisans, %40'ı lisans ve %13'ü yüksek lisans öğrenimi görmektedir. Araştırmaya katılan bayan öğrencilerin %80'i okuduğu bölümden memnun olduğunu %20' memnun olmadığını ifade ederken, bay öğrencilerin, %81'i memnun olduğunu %19'u memnun olmadığını ifade etmiştir. Araştırmaya katılan bayan öğrencilerin %88'i aktif yöntemi tercih ettiklerini %12'si pasif (klasik) yöntemi tercih ettiklerini ifade ederken, bay öğrencilerin %87'si aktif yöntemi, %13'ü ise pasif (klasik) yöntemi tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Öğrencilerden literatürde geçen aktif ve pasif (klasik) öğretim yöntemlerine 1-10 arasında puan vermeleri istenmiş ve aşağıda tablo.6'da gösterilen puan durumu ortaya çıkmıştır.

Tablo 6. Öğretim Yöntemlerine İlişkin Puanların Ortalamaları

Öğretim yöntemleri	N	Puan Ortalamaları
Aktif Öğretim		
Örnek olay çözümleri	225	7,64**
Bireysel araştırma projeleri	225	7,20
Grup araştırma projeleri	225	7,43
Sınıf tartışmaları	225	7,65**
Sınıf içi öğrenci sunumları	225	7,34
Projelerde aktif olarak görevlendirilmek	225	7,34
Rol oynama tekniğinin kullanılması	225	6,76
Kendi kendini değerlendirme	225	6,93
Karşılıklı öğrencilerin birbirini değerlendirmesi	225	6,49

Staj olanaklarına yoğunluk verilmesi	225	7,91**
Beyin fırtınası yapılması	225	7,70**
Eleştirel değerlendirmeler yaptırılması	225	7,28
Genel Ortalama		7,22
Pasif (Klasik) Öğretim		
Öğretim üyesi tarafından derslerin verilmesi	225	6,60
Ders kitaplarının izlenmesi	225	4,92
Misafir konuşmacılar davet edilmesi	225	7,14
Sınıfta video gösterileri yapılması	225	7,36
Öğrencilere sınıf gösterileri yapılması	225	6,83
Bilgisayar temelli eğitim verilmesi	225	7,93**
Bilgisayar temelli simülasyonlar kullanılması	225	7,25**
Genel Ortalama		6,86

Aktif yöntemlerden staj olanaklarına yoğunluk verilmesi, beyin fırtınası yapılması ve sınıf tartışmaları ilk üç sırayı alırken, pasif (klasik) yöntemlerden bilgisayar temelli eğitim verilmesi, sınıfta video gösterileri yapılması ve bilgisayar temelli simülasyonlar kullanılması ilk üç sırayı almaktadır.

3.4.3. Yorumlayıcı İstatistiksel Analizler

Öğrencilerin gelecekte iş uyumlarının kolaylaştırılması ve hızlandırılmasına yönelik olarak pazarlama derslerinin hedef olması gereken amaçlarına yönelik değerlendirmeleri 27 ifade ile ölçülmeye çalışılmıştır. Söz konusu 27 değişkenin daha anlamlı değişkenlere indirgenmesi amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda A10-A14-A17-A22 kodlu ifadelerin ortak varyans değerleri 0,40'dan düşük olduğu için analiz dışında bırakılmıştır. Tekrar gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda (temel bileşenler analizi, varimax rotasyon) 7 faktör belirlenmiştir. Faktörlere giren ifadeler dikkate alınarak belirlenen 7 faktör isimlendirilmiştir. Ortaya çıkan faktörlerin özdeğerleri ve varyans yüzdeleri aşağıda tablo.7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Faktörlerin Özdeğerleri ve Varyans Yüzdeleri

Faktörler	Özdeğer	Varyans Yüzdesi	K.Varyans Yüzdesi
1.Gelişmeleri izleyebilme ve iletişim yeteneği kazandırma (GİİYK)	1,302	9,065	9,065
2.Yeteneksel gelişme sağlama (YGS)	1,544	10,751	19,816
3.Sürelili ve süresiz yayınları izleyebilme (SSYİ)	1,747	12,165	31,982
4.Analitik düşünebilme ve problem çözebilme (ADPÇ)	1,229	8,559	40,541
5.Uzmanlaşma ve kariyere yönelik	1,363	9,493	50,033

Öğrencilerin İş Uyumlarının Geliştirilmesi İçin Etkin Öğretim Yöntemlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Uygulama

olma (UKYO)			
6.Konuların ilgi çekici hale getirilmesi (KİÇHG)	1,189	8,278	58,311
7.Eğitimin teknoloji destekli ve dengeli verilmesi (ETDDV)	1,071	7,456	65,767

Faktörlere ait varyansların genel toplamı %65,767'dir. Analiz sonucunda KMO değeri 0,864 (bartlett test değeri 1754,465 df:253,p:0,000) belirlenmiştir. Ölçeğin faktör analizine uygun ve örneklem düzeyinin yeterli olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin genel itibariyle oldukça yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Faktörler göz önüne alınarak, iç tutarlılık değerleri analiz edilmiş ve her bir faktörün iç tutarlılığına ilişkin cronbach alfa değerlerinin genel güvenilirlikle paralellik gösterdiği (0,60-0,80 oldukça güvenilir) belirlenmiştir. Faktör yükleri ve alfa katsayıları aşağıda tablo.8'de gösterilmektedir.

Tablo 8. Belirlenen Faktörler ve Faktör Yükleri

Faktörler ve faktörlere giren ifadeler	Faktör Yükü	Alfa Katsayısı
1.Gelişmeleri izleyebilme ve iletişim yeteneği kazandırma (GİİYK)		0,66
Güncel gelişmelere ağırlık verilmelidir,	0,657	
Gelişen ve büyüyen sektörlerle yönelik çalışmalara ağırlık verilmelidir	0,641	
Verilen teorik bilgilerin kullanılması yeteneğini geliştirebilme,	0,611	
İletişim yeteneklerini geliştirmelidir	0,601	
2.Yeteneksel gelişme sağlama (YGS)		0,76
Öğrencilerin yetenek ve becerilerine yönelik olmalıdır	0,820	
Kendi kendini geliştirebilmek için plan yapma ve yönetme kapasitesini geliştirmesi,	0,647	
Aktif çalışmaya yönelik olarak teşvik edici olmalıdır,	0,558	
Kişisel gelişimi kolaylaştırması,	0,542	
Fikir ve ifade oluşturma yeteneğini geliştirmesi,	0,484	
3.Sürel ve süresiz yayınları izleyebilme (SSYİ)		0,79
Düzenli bir şekilde kütüphane kullanılmasına olanak sağlaması	0,829	
Sürel yayınların takip edilmesine olanak sağlanması	0,796	
Süresiz yayınların takip edilmesine olanak sağlaması	0,733	
4.Analitik düşünebilme ve problem çözebilme (ADPC)		0,74
Analitik düşünce yeteneğini geliştirmelidir	0,832	
Problem çözebilme yeteneğini geliştirmelidir	0,828	
Pratik uygulama yeteneklerini geliştirmelidir	0,493	
5.Uzmanlaşma ve kariyere yönelik olma (UKYO)		0,72
Uzmanlaşmaya yönelik bilgiyi sağlamalıdır	0,841	
Uzmanlaşmaya yönelik gelişmeyi tesis etmelidir	0,803	
Gelecekte kariyer yapabilmeye yönelik gelişme sağlamalıdır	0,485	
6.Konuların ilgi çekici hale getirilmesi (KİÇHG)		0,62
Temel kavramların kolay bir şekilde kavranılmasına yönelik olmalıdır	0,734	
Temel konular üzerine ilgi çekilmesine olanak sağlamalıdır	0,720	
Kapsamlı düşünce yeteneğini geliştirmesi	0,408	
7.Eğitimin teknoloji destekli ve dengeli verilmesi (ETDDV)		0,64
Analizlere yönelik bilgisayar bilgisinin zenginleştirilmesini sağlamalıdır	0,933	
Teori ve uygulamayı dengeli bir şekilde vermeli	0,539	

3.4.2.1. Araştırmanın Hipotezleri ve Hipotez Testleri

H₁: Öğrencilerin öğrenim gördükleri yerlere göre pazarlama öğretiminin amaçlarında anlamlı farklılıklar vardır,

H₂: Öğrencilerin cinsiyetlerine göre pazarlama öğretiminin amaçlarında anlamlı farklılıklar vardır,

H₃: Öğrencilerin memnuniyet düzeylerine göre pazarlama öğretiminin amaçlarında anlamlı farklılıklar vardır,

Tablo 9. Öğrenim Görülen Yerlere Göre Farklılıkların Analizi (H₁) Hipotez Testi

Öğrenim Görülen Yer	Anova (F-Testi)							
	Pazarlama Öğretiminin Amaçları							
	N	GHYK	YGS	SSYII	ADPÇ	UKYO	KİÇHG	ETDDV
Önlisans	104	4,42	4,36	4,00	4,41	4,12	4,20	4,25
Lisans	88	4,31	4,29	3,79	4,09	4,18	4,15	4,19
Y.Lisans	33	4,44	4,43	4,04	4,62	4,62	4,29	4,20
F Değeri	225	1,504	0,960	2,459	12,585	6,364	0,754	0,234
p Değeri		0,225	0,385	0,088	0,000	0,002	0,472	0,791

*p:0,05 anlamlılık

Öğrenim görülen yerlere göre pazarlama öğretiminin amaçlarına ilişkin gerçekleştirilen F-testi sonucunda, analitik düşünebilme ve problem çözme (ADPÇ) ve uzmanlaşmaya yönelik olma amaçlarında; öğrenim görülen yerlere göre ($p < 0,05$) anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Yapılan tukey testi sonucunda önlisans öğrencileri ile lisans öğrencileri $p:0,001$ ve yüksek lisans öğrencileri $p:0,000$ arasında anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Diğer değişkenlerde ise ($p > 0,05$) anlamlı bir farklılık yoktur. Lisans ve yüksek lisans öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Yüksek lisans öğrencilerinin analitik düşünce ve problem çözme ve uzmanlaşmaya yönelik olma amaçlarına önem verdikleri sonucuna varılabilmektedir. Yüksek lisans öğrencilerinin değişkenlere ilişkin ortalama değerleri lisans ve ön lisans öğrencilerinden oldukça yüksektir.

Tablo 10. Cinsiyet ve Memnuniyete İlişkin Farklılıkların Analizi (H₂ ve H₃) Hipotez Testi

Demografik Özellikler		Anova (F-Testi)							
		Pazarlama Öğretiminin Amaçları							
		N	GİİYK	YGS	SSYH	ADPÇ	UKYO	KİÇHG	ETDDV
Cinsiyet	Bayan	127	4,42	4,39	3,87	4,32	4,28	4,21	4,26
	Bay	98	4,33	4,29	3,99	4,31	4,24	4,18	4,16
	t Değeri	225	1,165	1,318	-1,188	0,088	0,582	0,417	1,056
	p Değeri		0,245	0,189	0,236	0,930	0,561	0,677	0,292
Memnuniyet	Evet	181	4,35	4,31	3,88	4,29	4,27	4,17	4,20
	Hayır	44	4,50	4,50	4,10	4,42	4,23	4,31	4,32
	t Değeri	225	-2,105	-2,110	-1,751	-1,296	0,364	-1,545	-1,025
	p Değeri		0,038*	0,036*	0,081	0,196	0,716	0,124	0,306

*p:0,05 anlamlılık

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre pazarlama öğretiminin amaçlarında ($p>0,05$) anlamlı farklılık yoktur. Öğrencilerin okudukları bölümden memnun olma düzeylerine göre pazarlama öğretiminin amaçlarında gelişmeleri izleyebilme ve iletişim yeteneği (GİİYK) ve yeteneksel gelişme sağlama değişkenlerinde (YGS) ($p<0,05$) anlamlı fark olduğu belirlenmiştir. Diğer değişkenlerde ($p>0,05$) anlamlı farklılık yoktur.

Sonuç

Yaşanan küresel rekabet ve hızlı değişim ortamında kişisel ve örgütsel açıdan uyum mekanizmalarının işlerlik kazanmasının temel dinamiğini öğrenme ve öğrenen odaklı olma stratejileri oluşturmaktadır. Özellikle öğrenen konumunda olan bireylerin eğitim kurumlarında kazanacakları bilgi ve yeteneklerin gelecekteki şekillendirmelerinde büyük önemi vardır. Bu noktada eğitim kurumlarının kullandığı alt yapısal unsurlar yanında eğitim yöntemlerinin de rolü büyüktür. Çalışmamızda, pazarlama dersi alan öğrencilerin iş yaşamlarına uyumlarının kolaylaştırılması ve hızlandırılmasına yönelik olarak; etkin öğretim yöntemleri ve temel amaçları belirlenmeye çalışılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar değerlendirildiğinde, aktif öğretim yöntemlerinin öğrenciler tarafından daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Öğrenciler pazarlama derslerinin; güncel gelişmeleri izleyebilme ve iletişim yeteneği kazandırma, yeteneksel gelişme sağlama, süreli ve süresiz yayınları izleyebilme, analitik düşünebilme ve problem çözebilme, uzmanlaşmaya ve kariyere yönelik olma, temel konuların daha ilgi çekici hale getirilmesi ve eğitimin teknoloji destekli ve dengeli bir şekilde verilmesi gibi temel amaçlara sahip olmasını beklemektedir. Yüksek lisans ve lisans öğrencileri ile önlisans öğrencileri arasında analitik düşünebilme ve problem çözmeye yönelik olma

uzmanlaşmaya yönelik olma temel amaçları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin akademik yönde gelişime karşı daha yüksek bir beklenti içerisinde oldukları anlaşılmaktadır. Sonuç olarak, işletmeler açısından son derece önem arz eden personel uyumunun kolay, hızlı ve gelişmeye açık hale getirilmesi için öğretim yöntem ve uygulamalarının planlanması aşamasında söz konusu amaçlar dikkate alınarak değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Bourner, T. (1997), "Teaching Methods for Learning Outcomes", **Education and Training**, Vol:39, No: 9, pp.344-348.
- Çelikkaya, H. (2006), **Öğretmenlik Mesleğine Giriş: Eğitim ve Eğitimcilik**, Alfa Yayınları, 2. Baskı, Kasım, İstanbul.
- Çukacı, Y.ve Elagöz, İ. (2006), "Muhasebe Derslerinde Kullanılan Öğretim Yöntemleri İle Öğrenme Stillerinin İlişkisinin Ortaya Konulması ve Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Bir Uygulama", **D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt: 21, Sayı: 1, Yıl: 2006.
- Jones, C. ve English, J. (2004), "A Contemporary Approach to Entrepreneurship Education", **Education + Training**, Volume: 46, Number: 8/9, pp.416-423,
- Küster, I. ve Vila, N. (2006), "A Comparison of Marketing Teaching Methods in North American and European Universities", **Marketing Intelligence & Planning**, Volume:24, Number:4, pp.319-331.
- Lam, K. Ve Zhao, X.(1998), "An Application of Quality Function Deployment o Improve The Quality of Teaching", **International Journal Of Quality & Reliability Management**, Vol: 15, No: 4, pp.389-413.
- Lindgreen, A., Palmer, R., Vanhamme, J. (2004), "Contemporary Marketing Practice: Theoretical Propositions and Practical Implications", **Marketing Intelligence & Planning**, Volume:22, Number: 6, pp.673-692.
- Moogan, Y., Baron, S., Bainbridge, S. (2001), "Timings and Trade-offs In The Marketing of Higher Education Courses: A Conjoint Approach", **Marketing Intelligence & Planning**, Vol:19, No:3, 179-187.
- Orhaner, E. ve Tunç, A. (2003), **Ticaret ve Turizm Eğitiminde Özel Öğretim Yöntemleri**, Genişletilmiş İkinci Baskı, Gazi Kitabevi, s.199.
- Pearson, J. ve Choueke, R. (1997), "Foundation For The Future? Marketing In A Management Learning", **Education and Training**, Vol:39, No:2, pp.58-64.
- Pelgrum, W.J., (2004), **Methodological Issues in International Comparative Assessments of Educational Progress**, (Editor: Levin Cathy), Research Methods in Social Sciences, London, GBR: Sage Publication Incorporated, p.257.
- Rodrigues, C.A., (2004), "The Importance Level Of Ten Teaching/Learning Techniques as Rated by University Business Students and Instructors", **Journal Of Management Development**, Volume:23, No:2, pp. 169-182.
- http://www.ansiad.org.tr/v2/basinda_ansiad_oku.php?id=46 (Erişim: 11.06.07)