

DERS BİLGİ FORMU

| | | | | |
|---|---|-----------------------|-------------------|-----------------|
| DERSİN ADI | SİGORTACILIKTA HİZMET PAZARLAMASI | | | |
| DERSİN SINIFI | 10. Sınıf | | | |
| DERSİN SÜRESİ | Haftalık 3 Ders Saati | | | |
| DERSİN AMACI | Bu derste öğrenciye; hizmet pazarlamasına ilişkin kavramlar ve hizmet pazarlamasının sigortacılıktaki yeri, önemi, hizmet pazarlama bileşenleri ve bu bileşenlerin sigortacılık sektöründeki yeri ve önemi, bu bileşenlerde dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır. | | | |
| DERSİN ÖĞRENME KAZANIMLARI | <ol style="list-style-type: none">Hizmet pazarlamasını, hizmet pazarlamasına ilişkin kavramları, süreçleri ve bileşenleri açıklar.Sigortacılıkta hizmet pazarlamasını, hizmet pazarlamasına ilişkin kavramları, süreçleri ve bileşenleri açıklar. | | | |
| EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI | Ortam: Sınıf, Uygulama Atölyesi Donanım: Etkileşimli tahta/projeksiyon, bilgisayar, yazıcı/tarayıcı, görsel/işitsel materyaller, ders içeriğine ilişkin kaynak kitaplar, basılı materyaller. | | | |
| ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME | Bu derste; öğrencinin bilişsel alana ait performansı değerlendirilirken açık uçlu, çoktan seçmeli, doğru-yanlış, eşleştirme ve kısa cevaplı sorular gibi ölçme araçlarından uygun görülen kullanılabilir. Bunun yanı sıra, öğrencinin edinmiş olduğu bilgi ve becerileri ortaya koydukları çalışmalarını değerlendirmek üzere gözlem formu, kontrol listesi derecelendirme ölçeği ve dereceli puan anahtarı kullanılabilir. | | | |
| KAZANIM SAYISI VE SÜRE TABLOSU | ÖĞRENME BİRİMİ | KAZANIM SAYISI | DERS SAATİ | ORAN (%) |
| | Hizmet Pazarlaması | 8 | 33 | 30 |
| | Sigortacılıkta Hizmet Pazarlaması | 5 | 75 | 70 |
| TOPLAM | | 13 | 108 | 100 |

| ÖĞRENME BİRİMİ | KONULAR | ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI ve KAZANIM AÇIKLAMALARI |
|--------------------|---|---|
| Hizmet Pazarlaması | <ol style="list-style-type: none">1. Hizmet Pazarlamasında Temel Kavramlar2. Hizmet Sektörünün Önemi3. Fiziksel Mallar ve Hizmetler Arasındaki Farklar4. Hizmetlerin Ortak Özellikleri5. Hizmet Kategorileri6. Hizmetlerin Sınıflandırılması7. Hizmet Sektörünün Genel Özellikleri ve Ekonomideki Önemi8. Hizmet Pazarlaması Bileşenleri | <ol style="list-style-type: none">1. Hizmet pazarlamasında temel kavramları açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Hizmet kavramı ve hizmet pazarlaması kavramı açıklanır.2. Hizmet sektörünün önemini açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Hizmet sektörünün önemi açıklanır.3. Fiziksel mallar ve hizmetler arasındaki farkları açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Fiziksel mallar ve hizmetler arasındaki farkları detaylı bir şekilde açıklar.4. Hizmetlerin ortak özelliklerini açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Hizmetlerin ortak özellikleri detaylı bir biçimde açıklanarak örneklendirilir.5. Hizmet kategorilerini açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Hizmet kategorilerini sıralar, detaylı bir şekilde açıklar ve örneklendirilir.6. Hizmetlerin sınıflandırılmasını yapar.<ul style="list-style-type: none">• Hizmetlerin yapısına ve dağıtım biçimine göre sınıflandırılması yapılır.7. Hizmet sektörünün genel özellikleri ve ekonomideki önemini açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Hizmet sektörünün genel özellikleri ve ekonomideki önemini açıklanır.8. Hizmet pazarlaması bileşenlerini sıralayarak açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Hizmet pazarlama bileşenleri; hizmet pazarlama karması (7P) ve tüketici odaklı hizmet pazarlaması karması elemanları (7C) sıralanarak detaylı biçimde açıklanır.• Hizmet pazarlama karması (7P) elemanları; ürün (hizmet), fiyat, dağıtım, tutundurma, fiziksel çevre, katılımcılar ve süreç yönetimi detaylı bir biçimde açıklanır.• Tüketici odaklı hizmet pazarlaması karması elemanları (7C); müşteriye fayda, müşteriye kolaylık, müşteriye maliyet, tüketici ile iletişim, değer verme, koordinasyon ve onaylama detaylı bir biçimde açıklanır. |

| | | |
|---|---|---|
| <p style="text-align: center;">Sigortacılıkta Hizmet Pazarlaması</p> | <ol style="list-style-type: none">1. Sigortacılıkta Pazarlama2. Sigortacılıkta Hizmet Pazarlaması Bileşenleri3. Sigortalının Sigortacılık Sisteminden Faydalanma Nedenleri4. Sigorta İşletmesinin Seçilmesine Etki Eden Faktörler5. Türkiye'deki Teknolojik Gelişmelerin Sigortacılık Sektöründe Hizmet Pazarlamasına Katkısı | <ol style="list-style-type: none">1. Sigortacılıkta pazarlama kavramını açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Sigortacılıkta pazarlama kavramı, sigorta sektöründe pazarlamanın zorlukları, sigorta sektöründeki işletmelerin misyon belirleme süreçleri, sigorta işletmelerin amaçları ve pazarlama stratejisi detaylı bir biçimde açıklanır.2. Sigortacılıkta hizmet pazarlaması bileşenlerini açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Sigortacılıkta hizmet pazarlaması bileşenlerinden ürün kavramı açıklanarak önemi ve özellikleri sıralanır.• Sigortacılıkta ürün geliştirme ve çeşitlendirme; yeni ürün fikri ve sigorta hizmetlerinde yeni ürün geliştirme süreci açıklanır.• Sigorta ürününün yaşam seyri açıklanır ve örneklerle desteklenir.• Sigortacılıkta hizmet pazarlaması bileşenlerinden; fiyatlandırma kavramı, sigortacılıkta fiyatın önemi, açıklanarak, fiyatlama yöntemleri ve ülkemizde sigorta fiyat uygulamalar ve fiyat değişikliklerine yönelik tepkiler sıralanır.• Sigortacılıkta hizmet pazarlaması bileşenlerinden; dağıtım kavramı, dağıtımın önemi açıklanır.• Sigortacılık sektöründe dağıtım kanallarından sigorta acenteleri, sigorta brokerleri, bankalar ve bankasürans açıklanır ve özellikleri sıralanır.• Sigortacılıkta hizmet pazarlaması bileşenlerinden; tutundurma kavramı, tutundurmanın önemi açıklanır.• Sigortacılıkta tutundurma bileşenleri; sigortacılıkta reklam, halkla ilişkiler, satış geliştirme, kişisel satış açıklanır ve özellikleri sıralanır.• Sigortacılıkta hizmet pazarlaması bileşenlerinden; insan, fiziksel kanıt, süreç açıklanır ve birbiriyle ilişkilendirilir.3. Sigortalının sigortacılık sisteminden faydalanma nedenlerini açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Sigortalının sigortacılık sisteminden faydalanma nedenleri detaylı bir biçimde açıklanır.4. Sigorta işletmesinin seçilmesine etki eden faktörleri açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Sigorta işletmesinin seçilmesine etki eden faktörler detaylı bir biçimde açıklanır.5. Türkiye'deki teknolojik gelişmelerin sigortacılık sektöründe hizmet pazarlamasına katkısını açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Türkiye'deki teknolojik gelişmelerin sigortacılık sektöründe hizmet pazarlamasına katkısı; sigorta teknolojileri, sigortacılık ve sosyal medya ilişkisi, sektörde kullanılan mobil uygulamalar ve elektronik ticaret uygulamaları açıklanır. |
|---|---|---|

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.

| | |
|--|--|
| Hizmet Pazarlaması | <ul style="list-style-type: none">• Hizmet pazarlamasında temel kavramları açıklamak üzere sunum hazırlamak• Hizmet sektörünün önemini açıklamak üzere sunum hazırlamak• Fiziksel mallar ve hizmetler arasında farkları açıklamak üzere sunum hazırlamak• Örnek olarak getirilen fiziksel bir mal ile herhangi bir hizmet kategorisi arasındaki farkları açıklamak üzere ilişki diyagramı hazırlamak• Hizmetlerin ortak özelliklerini gösteren görsel materyaller hazırlamak• Hizmet kategorilerini gösteren görsel materyaller hazırlamak• Hizmet sınıflarını açıklamak üzere sunum hazırlamak• Hizmet sınıflarını gösteren görsel materyal hazırlamak• Hizmet pazarlaması bileşenlerini gösteren görsel materyal hazırlamak• Hizmet pazarlaması bileşenlerini açıklamak üzere sunum hazırlamak |
| Sigortacılıkta Hizmet Pazarlaması | <ul style="list-style-type: none">• Sigorta işletmelerin amaçlarını açıklayan sunum hazırlamak• Sigorta sektöründe pazarlamanın zorluklarını açıklayan sunum hazırlamak• Örnek verilen sigorta ürününü (poliçe) düzenlemek• Sigortacılıkta fiyatlandırma yöntemlerini gösteren görsel materyal hazırlamak• Sigortacılıkta dağıtım kanallarını gösteren görsel materyal hazırlamak• Verilen sigorta türüne ilişkin reklam senaryosu yazmak• Sigorta sektöründe kullanılan reklam araçlarını gösteren görsel materyal hazırlamak• Sınıf ortamında sigorta satış danışmanı rolüne bürünerek poliçe satışı yapmak• Sigorta satışının avantajlarını gösteren görsel materyal hazırlamak• Sigortalının sigortacılık sisteminden faydalanma nedenlerini açıklamak üzere sunum hazırlamak• Sigorta işletmesinin seçilmesine etki eden faktörleri açıklamak• Sigorta işletmesinin seçilmesine etki eden faktörleri açıklamak üzere sunum hazırlamak• Yakın çevredeki sigorta şirketlerini ziyaret ederek sigorta şirketlerinin kullandığı teknolojiler hakkında bilgi toplayıp konuya ilişkin sunum hazırlamak• Sigorta şirketlerinin sosyal medya platformlarında yaptığı çalışmalarını anlatan sunum hazırlamak• Sigorta şirketlerinin mobil uygulamalar aracılığıyla yaptığı pazarlama çalışmalarını anlatan sunum hazırlamak• İnternet üzerinden sunulabilen sigorta ürünlerini ve bu ürünlerin sunum şekillerini açıklayan görsel materyal hazırlamak |

DERSİN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

- Bu derste öğrencilere yaptığı çalışmalarını sınıf arkadaşlarına sunmasına fırsat verilerek iletişim becerilerinin gelişmesi sağlanmalıdır.
- Anlatımdan ve örnek çalışmalardan sonra, dersin öğrenme kazanımlarının öğrencide pekiştirilmesi amacıyla birden fazla uygulama faaliyeti yapılmalıdır.
- Bu derste, verilen görevi gerçekleştirmeye yönelik değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir.