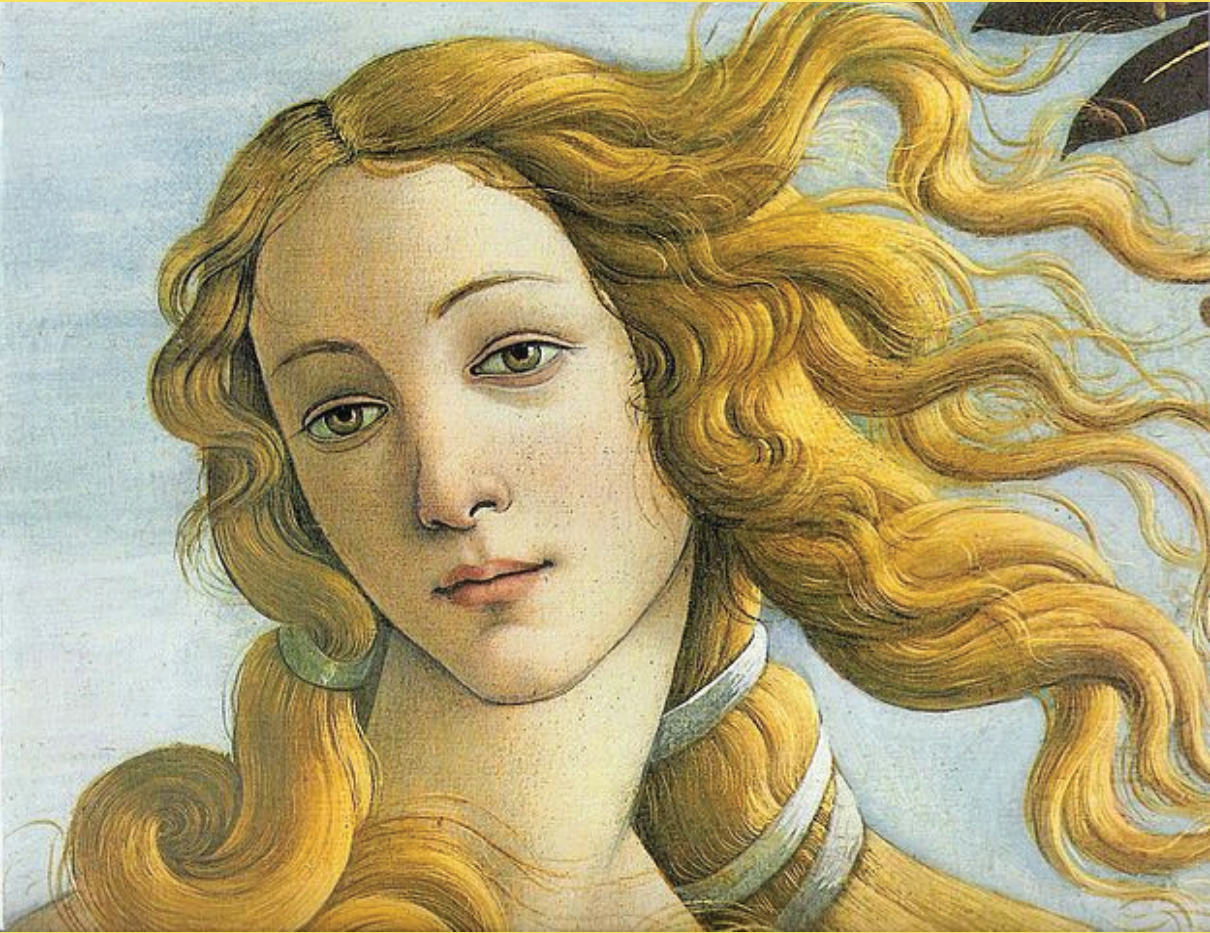


# KOZMETİK ÜRÜN SATIŞ ELEMANI EĞİTİM PROGRAMI İÇERİĞİNİN BELİRLENMESİ İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİN ANALİZİ

Ruşen AKMAN

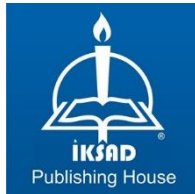


İKSAD  
Publishing House

**KOZMETİK ÜRÜN SATIŞ ELEMANI EĞİTİM  
PROGRAMI İÇERİĞİNİN BELİRLENMESİ İLE  
İLGİLİ GÖRÜŞLERİN ANALİZİ**

**Ruşen AKMAN**

DOI: <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.10393207>



Copyright © 2023 by iksad publishing house  
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or  
transmitted in any form or by  
any means, including photocopying, recording or other electronic or mechanical  
methods, without the prior written permission of the publisher,  
except in the case of  
brief quotations embodied in critical reviews and certain other  
noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic  
Development and Social  
Researches Publications®  
(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)  
TÜRKİYE TR: +90 342 606 06 75  
USA: +1 631 685 0 853  
E mail: iksadyayinevi@gmail.com  
www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.

Iksad Publications – 2023©

**ISBN: 978-625-367-480-9**

Cover Design: İbrahim KAYA, Ruşen AKMAN

December / 2023

Ankara / Türkiye

Size = 16 x 24 cm

## ÖN SÖZ

Varlıklarını sürdürmek isteyen toplumlar kalkınmanın gerektirdiği sayıda nitelikli insan gücünü yetiştirmek için eğitime önem vermekte ve ona bilimsel bir kimlik kazandırmak için sürekli gelişim ve değişim süreci yaşamaktadırlar.. "Bir milletin zenginliği o ülkenin insanlarıdır." özdeyişi, nitelikli insanların ülkenin gelişmesinde önemli rol üstlenebileceğini vurgulamaktadır. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin tespitinde birçok gösterge baz alınırken son dönemde bilgi ve özellikle beşeri sermaye anahtar başlıklar haline gelmiştir. Bilgi toplumu oluşturmak ve toplumu oluşturan bireyleri alanında yetkin kılmak ancak eğitimle mümkün olmakta, dolayısıyla konunun önem ve hassasiyeti, konu üzerinde yapılan akademik çalışmaların sayısındaki artıştan da anlaşılmaktadır. Yapılan çalışmalar, eğitim-öğretimle ilgili stratejinin bilim ve teknoloji yeteneğinin yükseltilmesi yönünde olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Temel öğretimden yüksek öğretime kadar, eğitim ve öğretimin temel motifi bilim ve teknoloji ile barışık bir toplum yaratmak arzusudur. Merak eden, sorgulayan, özgürce düşünen, tartışan insan yetiştirmek eğitim ve öğretim sürecinin başlıca ilkesi haline gelmiştir. Yukarıda çizilen çerçeve ile hedeflenen genç kuşakların yaratılması her şeyden önce eğitimle mümkündür. Eğitimde en yüksek kalitenin sağlanması seçkin beyinlerin eğitime bağlıdır.

Toplumun bir parçası olan bireyin yetiştirilmesi, kurumlarla beraber uyumlu biçimde yaşamasının sağlanması hepsinden önemlisi topluma nitelikli insan gücünün kazandırılması, belli disiplinler bazında mükemmel bir öğretim kurumu ile sağlanabilir. Bu düşünceden yola çıkarsak, eğitim kurumları ülkenin ulusal araştırma-geliştirme ağının odak noktası olarak görülmelidir. Bireyin topluma kazandırılmasında, iş yaşamına yön vermede ve yaptığı işi en iyi şekilde yapabilmesinde mesleki eğitimin önemi göz ardı edilemez. Mesleki eğitimde temel amaç; iş ve birey arasındaki ilişkinin temelini oluşturan teorik bilginin en iyi şekilde oluşturulmasıdır. Bu anlamda eğitim programının bir

ögesi olan ders içeriklerinin önemi büyüktür. Piyasada çalışmakta olan kozmetik satış elemanlarının istenilen düzeyde eğitilebilmesi, alanında gerekli mesleki bilgi ve becerilerinin kazandırılması ve geliştirilmesi amacıyla; “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı” içeriğinin bilimsel yollarla düzenlenmesi gerekli görülmüştür.

“Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı” içeriğinin düzenlenmesi ve uygulanabilir hale getirilmesi, Kozmetoloji alanında yetiştirilecek bireylerin eğitiminin etkili ve verimli hale gelmesine destek teşkil edecektir. Bu alanda yetiştirilecek bireylerin öğreniminin istenilen düzeyde etkili olabilmesi içeriğin en iyi şekilde düzenlenmesine bağlıdır.

Bu araştırmada belirlenen hedef grupların “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı” içeriğinde yer alması gereken konulara ilişkin görüşleri saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırma Ankara ilinde bulunan Kozmetik Firmalarının Ürün Satış Direktörleri, Kozmetik Ürün Satış Elemanları, Kozmetik Ürün Deposu Yöneticileri, Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Öğretmenlik Programından mezun olmuş Ankara, İstanbul, İzmir, Kocaeli ve Antalya’da görev yapan Kuaförlük ve Cilt Bakımı Öğretmenleri ve Üniversitelerde görevli Akademisyenler olmak üzere toplam 190 kişinin görüşü alınarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma, Betimsel Araştırma Yöntemi ile yapılmıştır. Araştırmada kullanılan anket, “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı” içeriğini belirlemek üzere araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Anketin hazırlanabilmesi için konu ile ilgili akademisyen ve branş öğretmenlerinden oluşan rasgele belirlenmiş 30 kişiyle ön görüşme yapıp, uzman görüşü alınmıştır. Sonuçta anket hazırlanarak uygulanmıştır. Ankette yer alan görüşlerin frekans, yüzde ve aritmetik ortalamaları bulunmuştur. Akademisyenlerin sayısının az

olması nedeniyle gruplar arasında anlamlı farklılık bulunup bulunmadığının analizinde; akademisyenler ayrı bir grup olarak değil, öğretmenler grubunun içinde değerlendirilmiştir. Aynı şekilde Kozmetik Deposu Yöneticilerinin de sayıları az olması nedeni ile Kozmetik Firma Direktörleri grubunun içinde değerlendirilmiştir. Anlamlılık tespiti için gruplar arasında Tek Yönlü Varyans Analizi (F Testi) kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda sorulara verilen cevapların aritmetik ortalamalarının değerleri, tek yönlü varyans analizi (F Testi) sonuçları dikkate alınarak “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı” için önerilen konular ve konu analizleri belirlenmiştir.

Bu araştırmanın gerçekleşmesinde her aşamada çalışmalarımı yönlendiren, değerli bilgisi, ilgisi ve desteği ile bana yol gösteren danışmanım Sayın Yrd. Doç. Fatma AYHAN’a ve yardımcıları ve bilgileriyle yol gösteren Sayın Doç. Dr. Celalettin R. ÇELEBİ’ye, araştırmamın başladığı günden bu yana gösterdiği sabır ve yardımcıları için emeği geçen tüm hocalarıma, bugünlere gelmemde emeği büyük olan Sayın Yrd. Doç. Dr. Aysel ŞENOL’a, arkadaşlarıma, aileme ve ankete katılan tüm katılımcılara teşekkür ederim.

Bu kitap Ruşen AKMAN’ın Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı’na teslim etmiş olduğu; Yrd. Doç. Fatma AYHAN’ın danışmanlığını yaptığı “Kozmetik ürün satış elemanı eğitim programı içeriğinin belirlenmesi” adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

**Ruşen AKMAN**



## İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ .....	i
İÇİNDEKİLER .....	v
GİRİŞ .....	1
ARAŞTIRMANIN AMACI.....	33
ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	34
ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI .....	36
ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	36
TANIMLAR / TERİMLER .....	36
İLGİLİ YAYIN VE ARAŞTIRMALAR .....	38
BÖLÜM II .....	42
YÖNTEM .....	42
ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	42
EVREN VE ÖRNEKLEM.....	42
VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ.....	43
VERİLERİN ANALİZİ .....	44
BÖLÜM III .....	45
BULGULAR VE YORUM.....	45
A- KİŞİSEL BİLGİLERE İLİŞKİN BULGULAR.....	45
B- KOZMETİK ÜRÜN SATIŞ ELEMANI EĞİTİM PROGRAMINA İLİŞKİN GÖRÜŞ VE ÖNERİLER .....	48
BÖLÜM IV .....	65
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	65
KAYNAKÇA.....	68
EKLER.....	76





## GİRİŞ

Eğitim belirli amaçlara ulaşmak için yapılır. Bu amaçları toplumun ve bireyin ihtiyaçları belirler. İhtiyaçlarına cevap vermeyen amaçlar toplum ve birey tarafından gereksiz bulunur ve önemini kaybeder.

Eğitim, hayatın her döneminde ve yerde gerçekleşen bir süreçtir. Eğitim, ekonomi, siyaset, din ve aile kurumlarıyla da ilişki halindedir. Tüm bu toplumsal kurumlar, eğitimi etkiler ve eğitimden etkilenirler (Fidan ve Erden, 1998:74-80).

Toplumun varlığını sürdürüp, gelecekte karşılaşılabilecek çeşitli durumlara uyabilmesi için belli sosyal değerleri kazanmış ve belirli özellikleri olan bireylere ihtiyaç vardır. Kişilerin eğitimi ve bu eğitim sayesinde istendik davranışların oluşturulabilmesi, bu davranışları doğru bir şekilde kullanabilmesinin öğretilmesi, eğitimin önem kazanmasına ve eğitim kurumlarının oluşmasına neden olmuştur.

Birey dünyaya geldikten sonra çeşitli eğitim ortamlarının içerisinde bulunmaktadır. Dünyaya geldiği andan itibaren “gelişme sürecinde” almış olduğu her şey onun eğitimiyle ilgili olarak, hem kendi geleceği hem de toplumun geleceği açısından etkili olmaktadır. "Büyüme ve gelişme geleceğe yönelen bir süreçtir. Gelişme sırasında meydana gelen değişimler yalnızca bugünü değil aynı zamanda yarını da ilgilendirmektedir" (Varış, 1996, s.54). Bu nedenle eğitimin çok önemli bir olgu olduğu söylenebilir.

Eğitim ve yapıldığı ortama gerekli özen gösterilmelidir. "Bir organizma olarak yaşamına başlayan birey, fiziki, sosyal ve kültürel çevresiyle etkileşimlerinin ürünü olarak bazı alışkanlıklar kazanır ve bunları diğer insanlarla paylaşır. Kültürel şartlar içinde sosyal ilişkiler, hem toplumun, hem kültürün, hem de bireyin mahiyetini etkiler" (Ertürk, 1998, s.4).

“Öğrenme, öğretim ve eğitim iç içe bulunan "merkezleri bir" daireler gibidir. bunların en iç kısmında öğrenme, sonra öğretim ve en sonra da eğitim yer alır. Yani, öğretim öğrenmenin; eğitim de öğrenme ve öğretimin bütün özelliklerini kapsar. Bir önceki için geçerli olan özellikler, bir sonraki içinde geçerlidir.” (Binbaşoğlu, 1988, s.2).

“Öğrenme, davranışta nispeten kalıcı bir değişimin olması demektir. Bireyin davranışında böyle bir değişiklik olduğu zaman onun yeni davranışını öğrendiği kabul edilir.” (Özçelik, 1989, s: 1). Bu çerçevede kalıcı izli davranış değişikliği oluşabilmesi için öğretim hizmetinin bilimsel açıdan eğitimin kalıcılığını sağlayacak şekilde yerine getirilmesi gerekir.

Öğretimin yapıldığı fiziksel şartlar ve öğreticinin öğretime sistematik yaklaşımı öğretimi doğrudan etkiler. "Öğretim" terimi yalın olarak, "başkasının öğrenmesine yardım etmek sanatı" olarak tanımlanmaktadır. “Öğretim öğrenme sürecinin amaçlı, planlı ve düzenli olarak, uygun koşul ya da durumları hazırlayarak yapılması sanatıdır.” (Binbaşoğlu, 1988 s.14)

Çok hızlı bir değişim içinde bulunan dünyamızda; bilim ve teknolojiadaki hızlı gelişmeler, bütün ülkeleri kaçınılmaz bir yarışın içine sokmuştur. Türkiye'nin bu yarışa etkili ve örgütlü bir biçimde katılması, gelişen, değişen ve her gün yenilenen dünyamızda ön sıralarda yerini alması gerekmektedir. Bir ülkenin kalkınması, her düzeyde ve yeterli sayıda nitelikli insan gücü yetiştirilmesine bağlıdır. İstenen kalitede ve sayıda insan gücü yetiştirmek ise eğitim sisteminin temel amaç ve fonksiyonlarını oluşturmaktadır.

Türk Milli Eğitim sisteminin temeli 1739 sayılı Milli Eğitim Kanunu ile belirlenmiş olup, sistem “Yaygın Eğitim” ve “Örgün Eğitim” olmak üzere iki ana bölüme ayrılmıştır. “Birincisi okulları

kapsayan **örgün eğitim**, ikincisi ise okul dışı yurttaşlara eğitim olanakları sağlamaya çalışan **yaygın eğitimidir.**” (TİSK, 1997,4).

Örgün Eğitim, belli yaş grubundaki bireylere, Milli Eğitimin amaçlarına göre hazırlanmış eğitim programlarıyla okul çatısı altında düzenli olarak yapılan eğitimidir (Taymaz,1978:6). Okulöncesi öğretim, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim örgün eğitim sistemini meydana getirir. Örgün eğitim sisteminde genel, mesleki ve teknik eğitim programları uygulanır (Fidan ve Erden, 1998:6).

Türk Milli Eğitim Sistemini III. Bin yıla taşımaya yönelik bir stratejinin geliştirilmesi düşünülürken Avrupa Birliği'ne katılım ve küreselleşme olgularının ortaya çıkardığı çok yönlü ihtiyaçlar ile bağlantılı olarak çalışılması gerekmektedir. Bu durum, okul sisteminin yanı sıra ve onun dışında öğrenme potansiyelini içinde taşıyan bütün ortamların devreye sokulmasını gerektiren bir anlayışı zorunlu kılmaktadır.

Yaygın Eğitim (Yaşam Boyu Eğitim), örgün eğitimlerini herhangi bir sebeple tamamlayamamış vatandaşlara örgün eğitimin yanında veya dışında verilen eğitimidir. Yaygın eğitimin genellikle çalışma yaşamına yönelik, belirli işlerin yapılması için gerekli bilgi, beceri ve davranışları öğreten bir eğitim türüdür. Yaygın eğitimde yetişkinlere verilen mesleki eğitim vb. programlar, bireyin eğitim seviyesini değiştirmeyen ancak, çıraklık, kalfalık ve ustalık programlarıyla gelişmelerini sağlayan programlar yaygın mesleki eğitim olarak kabul edilmektedir. Yaygın mesleki eğitimde kazanılan eğitim yaşantılarına, örgün mesleki eğitime geçişte kredi verilmesi pek çok ülkenin eğitim sisteminde olduğu gibi Türk Eğitim Sisteminde de gözlenen yaygın bir uygulamadır. Bu uygulama Çıraklık ve Mesleki Eğitim Kanunu ile yeniden düzenlenmiştir(Alkan, Doğan, Sezgin, 1998:140).

Günümüzdeki hızlı teknolojik gelişmeler yaygın eğitim ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. “Toplum düzeninin korunması, teknolojik yeniliklere ayak uydurma ve topyekün kalkınma konularında kitle eğitime gerek duyulması neticesinde yaygın eğitim faaliyetleri ortaya çıkmıştır.” (Altıntaş, 2005, s: 3).

Toplumdaki hızlı değişime paralel olarak kaydedilen çok önemli bir değişim ise “Eğitimde asıl olanın, okul eğitimi olduğu” anlayışının kendisindeki değişimdir. Gençler için okul eğitiminin değeri azalmamış, fakat öğrenmenin ve eğitimin insanın tüm hayatını içine alan bir süreç olduğu ve olması gerektiği düşüncesi yaygınlaşmıştır. Bir yandan okul sistemlerinin amaçlarında, programlarında, yapılarında yeniden düzenlemeler yapılırken, öte yandan yaşam boyu eğitim bağlamında okul dışı öğrenme ve eğitim sistemlerini geliştirme ve yaygınlaştırma, yeniden yapılandırma çalışmaları ağırlık kazanmıştır. Eğitimin odak noktası örgün eğitimden yaygın eğitime kaymıştır.

Yaygın eğitim, yetişkinlere okuma-yazma öğretmek, temel bilgiler vermek, en son devam ettikleri öğrenim kademesinde edindikleri bilgi ve kabiliyetlerini geliştirmek ve hayatını kazanmasını sağlayacak yeni imkanlar kazandırmak amacıyla verilen okul dışı eğitimidir.

Bireyin geliştirilebilmesi ve eğitilmesi açısından gerekli olan eğitim programları örgün ve yaygın eğitim kurumlarında uygulanmaktadır.

Eğitim Programı; okullarda bireye kazandırılması düşünülen niteliklerin nasıl kazandırılacağına ilişkin bir plan olarak ele alınabilir ya da “İstendik hedef ve davranışların kazandırılması için stratejilerin belirlendiği yazılı doküman ya da eylem planıdır.” (Demirel, 2000:4) denilebilir.

Eğitim programı kavramı günümüze kadar kullanıla gelmiş, pek çok eğitimbilimci tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bundan yola çıkarak çeşitli tanımlara göz atacak olursak;

“Eğitim programı; öğrenene okulda ve okul dışında planlanmış etkinlikler yoluyla sağlanan öğrenme yaşantıları düzeneği olarak tanımlanabilir.”(Demirel,2000:5).

Doğan (1997:3) eğitim programını; “Öğrencilerin davranışlarında istenilen değişikliği meydana getirebilme amacıyla kapsamlı ve ayrıntılı olarak yapılan öğretimi planlama ve değerlendirme faaliyetlerinin tamamı” olarak tanımlarken, onu oluşturan öğelerin ise öğrencide meydana gelen davranış değişikliğini, buna ulaşmak için öğrencinin karşı karşıya geleceği eğitim yaşantılarını, bunları faaliyete geçirebilmek için uygulanan öğretim yöntemlerini ve amaca ne oranda ulaşıldığını ölçmek için kullanılan ölçme araçlarını ve değerlendirme kistaslarını kapsamı içine aldığını belirtmektedir.

Özçelik’e (1989: 3) göre; “Program, bir dersle ilgili öğrenme, öğretme sürecinde; nelerin? Niçin? Ve nasıl yapılacağını gösteren bir kılavuz, bir başka deyişle bu nitelikteki, proje planı” olarak ifade edilmiştir.

Bilen (1990: 140) ise programı şöyle ifade etmektedir; “Bir öğrenim devresi içinde öğrencilere kazandırılması tasarlanan faaliyetleri zaman ve sıra içerisinde gösteren program”.

Varış’a (1996: 51) göre; “ Program geliştirme, temel ve uygulamalı araştırmalara dayanan bir süreçtir.” Bu sebeple her alanda nitelikli bireyler yetiştirebilmek amacıyla eğitim programlarının hazırlanması süreci bilimsel çalışmaları gerektirmektedir.

Demirel'e (2000: 53) göre, eğitim programları tasarımları geliştirmede üç temel yaklaşım izlenmektedir;

1. Konu Merkezli Program Tasarımları
2. Öğrenen Merkezli Program Tasarımları
3. Sorun Merkezli Program Tasarımları

Konu Merkezli Program Tasarımları, en yaygın kullanılan tasarım yaklaşımlarıdır. Programın her ögesi bir bütün olarak algılanmakta, konu tasarımı disiplin tasarımı, geniş alanlı tasarım ve süreç tasarımı olarak ele alınmaktadır.

“Bu yaklaşım günümüzde etkisini, özellikle akademik hazırlığı ön plana alan eğitim kuruluşlarında sürdürmektedir.” (Sezgin, 1994: 7).

Öğrenen Merkezli Program Tasarımları, öğreneni ön planda tutar. 20. yy başında öğrencinin programın merkezi olduğu ve her konunun ona göre düzenlenmesi gerektiği görüşü ortaya çıkmıştır. “Öğrenen Merkezli Program Tasarımları, yaşantı merkezli tasarımlar, romantik (radikal) tasarımlar, hümanist tasarımlar şeklinde ele alınmaktadır.” (Demirel, 2000: 54-55).

Sezgin'e (1994: 8) göre, “Öğrenen Merkezli Tasarımların kapsamı öğrenci ilgi ve ihtiyaçlarına göre belirlenir ve ilerde öğrenciler için yararlı olabilecek pek çok kavram ve ilke programın kapsamı dışında tutulmaktadır.”

Sorun merkezli tasarımlar “kültürel ve geleneksel değerlerin güçlenmesini sağlamak, ayrıca toplumun halen karşılanmamış ihtiyaçlarını işaret etmesi amacıyla düzenlenmiştir. Sorun merkezli tasarımlar, öğrencilerin toplumsal sorunları, ihtiyaçları, ilgi ve yetenekleri üzerinde durmaktadır. Bu tasarımlar hayatın gerçek problemlerini ön planda tuttukları için kişinin durumunu da göz önünde bulundurlar. Yaşam şartları tasarımı, çekirdek tasarım, toplumsal

sorunlar ve yeniden kurmacılık tasarımı şeklinde ele alınmaktadır.” (Demirel, 2000: 56-57).

Sezgin’e (1994: 8) göre, “Sorun merkezli programlar öğrencilerin karşılaştığı veya ileride karşılaşmaları muhtemel olan problemlerin çözümü için gerekli davranışların geliştirilmesi esasına dayanır.”

Sistem yaklaşımına dayalı bir eğitim programının uygulanması sonucu kişilerin bazı beklentileri vardır. “Genel anlamda sistem, karşılıklı etkileşim içerisinde bulunan unsurların tasarlanan amaçları (sonuçları) gerçekleştirmek gayesiyle bir bütün meydana getirecek biçimde organize edilmesidir.” (Sezgin, 1994: 14).

Eğitim programı, amaç, içerik, yöntem değerlendirme, materyal ve araçlar, sistemi kontrol etme gibi çeşitli bölümlerden oluşmaktadır.

Her bölümün kendisine göre özel görevi olduğu gibi bölümlerin de birbirleri ile ilişkileri vardır. Bölümlerin herhangi birinde meydana gelen değişiklik sistemdeki diğer bütün parçaları etkiler. Bu nedenle sistem yaklaşımının program geliştirmeye uygulanması programın geliştirileceği alanla ilişkili işlemlerin planlı bir şekilde analiz edilmesini ve seçilmesini eğitim programının geliştirilmesini, uygulanmasını ve programın etkinliğinin saptanmasını içerir. “Öğrenim, öğretim sisteminin oluşturduğu aşamalar, öğretilecek işlemlerin belirlenmesi, öğrenciler için yeterliliğe dayalı amaçların yazılması, öğrenciler için mevcut beceri düzeyinin saptanması, öğretim yöntemlerinin seçilmesi, öğrenci başarılarının ve sistemin etkinliğinin değerlendirilmesidir.” (Doğan, 1982: 11-12).

Sistem kavramı içerisinde öğretme-öğrenme sistemine bakılacak olursa, tasarlanan eğitim amaçlarının gerçekleşmesi için etkileşim durumunda bulunan çeşitli unsurların bir bütün meydana getirecek biçimde organize edilmesi olarak açıklanabilir. Bu tanım

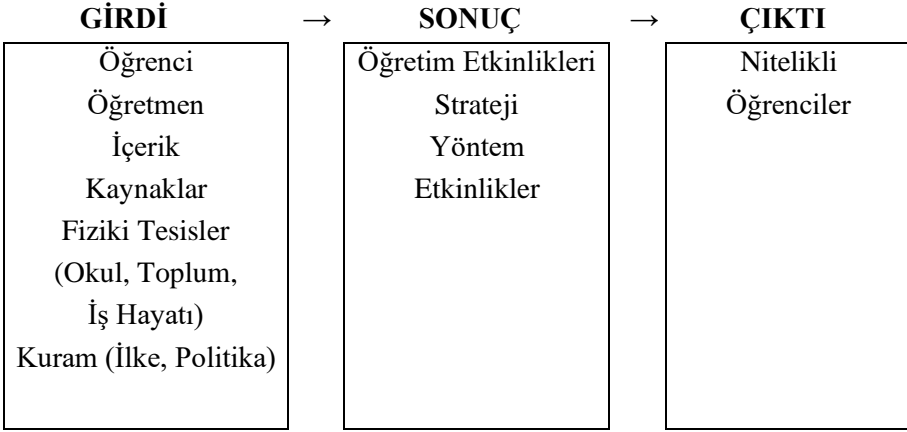


incelendiğinde öğretme-öğrenmenin üç temel karakteristiğinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Bunlardan ilki sistemle ilgili unsurların belirli ilkelere göre düzenlenmesi gerektiğidir. İkincisi; sistemi meydana getiren unsurların birbirine bağımlı olduğudur. Üçüncü temel karakteristik ise her sistemin bir amacının olmasıdır. Sistemin amacı sistem tasarım sürecine rehberlik yapar. Öğretme-öğrenme sisteminin temel amacı öğrencide istenilen davranış değişmesini gerçekleştirmektir. Sistemi meydana getiren unsurların mahiyeti sistemin ürününün (çıktısının) özelliklerine bağımlıdır. Sistemin girdisi, sistemin özelliklerine göre değişiklik gösterir. Bir öğretme-öğrenme sisteminin temel girdisi belirli niteliklere sahip yetiştirilecek öğrencidir.

Öğretme-öğrenme sisteminde, öğretme stratejileri, yöntemler, yararlanılacak kaynaklar ve bunlara benzer unsurlarla ilgilidir. Sistemin çıktısı (ürün) davranışları istenilen yönde değiştirilmiş öğrencilerdir.

“Kontrol işlemi öğrencilerde oluşan davranış değişikliğinin planlanan davranış değişikliği ile uyumunu belirtmeye yöneliktir. Süreçte meydana gelen aksaklıklar tespit edilerek düzeltilir.” (Sezgin, 1994: 15-16).

Sistem yaklaşımı program tasarımına uygulandığı şekliyle basitleştirilmiş olarak şekil 1’de görülmektedir (Doğan, 1997: 13).



Şekil 1 Sistem Yaklaşımı

“Girdi, sisteme girecek bireylerin niteliklerini içerir. İçeriğin seçilmesi, öğretim ortamının oluşturulması bu bölümün kapsamındadır. Süreçte ise içeriğin ne şekilde işleneceğini, iletişimin nasıl sağlanacağını, kaynakların nasıl kullanılacağını, çeşitli yöntem ve teknikleri içerir. Çıktıda ise girdi ve süreç bölümlerinin meydana getirdiği kaliteli öğrenci ile ilgilidir. Öğrencilerin kazandıkları beceriler topluma katkıları ve mesleklerinde tatmin olma durumları gibi değerlendirme öğeleri bu bölümün parçasıdır.” (Doğan, 1997: 13). Tüm bunlardan da anlaşılacağı gibi sistem kavgası eğitime uygulandığında program ve öğretim tasarım modelini oluşturur. Sistemi oluşturan tüm öğeler öğrencinin yapabilme, uygulayabilme, karar verebilme gibi yeterliliklerini geliştirmeye yöneliktir.

“Sistem kavramının program ve öğretim tasarımına uygulanmasında belirtilen programı belirleme, içeriği analiz etme, tasarım ve geliştirme, uygulama ve değerlendirme aşamalarıyla bağlantılı olarak eğitim programlarında bulunması gereken dört öge şu şekilde sıralanmıştır.

- 1- Hedefler (Amaçlar)
  - 2- İçerik (Muhteva, işlem, kapsam)
  - 3- Eğitim Durumları (Öğretme-Öğrenme Süreçleri)
  - 4- Değerlendirme”
- (Demirel, 2000: 65).

Araştırma konumuz olan “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı İçeriğinin Belirlenmesi” çalışmasında eğitim programının eğitim programı geliştirme sürecinde önemli bir yere sahip olan içerik düzenleme yer almıştır.

“Program geliştirme süreçlerinde ikinci önemli aşama, amaçlara uygun içerik ve etkinlikleri seçimidir. Eğitimin dört ana ögesi olan, “Öğrenci – Öğretmen – Çevre – İçerik” arasında üzerinde en az durulan unsur içeriktir. Günümüzde içeriğin seçimi, yapısı ve içeriğe ilişkin kavramlar üzerinde araştırmalara daha çok önem verilmektedir. Eğitim programlarında içerik, eğitim amaçlarının gerçekleşmesi için yararlanılan bir kaynaktır.” (Varış, 1996: 114).

Program kavramına farklı bir açıdan bakan Robert M. Gagne “Konu alanını içerik, hedeflerin ifadesini de gözlenebilir davranış olarak belirtmiş, içeriğin düzenlenmesi ve öğrencilerin giriş becerilerinin ön değerlendirilmesinin birlikte alınması gerektiğini” önermişlerdir (Aktaran; Demirel, 2000:3). Takım içerisinde eğitim programı, içerikler ve kazandırılacak davranışlar şeklinde ele alınırken, içeriklerin programdaki önemi de vurgulanmıştır.

İçeriğin bilimsel olarak belirlenmesi için konu analizinin yapılması gereklidir. “Programın içeriği belirlenirken konunun, alanın veya mesleğin analiz edilmesi gerekir. Bir alan, konu ve mesleğin analizi, içeriğin bilimsel olarak belirlenmesine yardım eder.” (Doğan, 1992: 153).

Eğitim programları bireylerin ve toplumların ihtiyaçlarına göre belirlenir. İhtiyaç saptama da program geliştirme çalışmasının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Programın hazırlanması için bir program ihtiyacının ortaya çıkması ve bu ihtiyacı en iyi şekilde karşılanması için de gerçek ihtiyacın ne olduğunun saptanması gerekmektedir.

“Eğitim programlarının bireyin ve toplumun ihtiyaçlarına dönük olarak etkili olabilmesi için program hedefleri ile konu alanları arasında tutarlı ilişkiler kurulmalıdır. Belirlenen hedefleri gerçekleştirmek için ne tür konu alanlarının seçimine ihtiyaç olduğu belirlenmelidir. Bu seçimde sürekli değişen bilgilerin ve çağdaş düşüncelerin programa yansıtılmasına özen gösterilmelidir.” (Demirel, 2000: 80-81).

Demirel’e (2000: 84) göre, “İhtiyaç, savunmaya değer bir amacın gerçekleştirilmesi için gerekli ve yararlı olan husus ya da güçlü istek anlamına gelir. İhtiyacın analiz edilmesinde farklı yaklaşımlar vardır. Bunlar;

Farklar Yaklaşımı; Gözlenenle beklenen başarı düzeyi arasındaki farkı ortaya çıkarır. Bu tanım aşağıdaki şekilde açıklanabilir.

Bireyin biyolojik, psikolojik, sosyolojik olarak gerek duyduğu yeterlikler (Bilgi-Tutum-Beceri)	Bireyin sahip olduğu yeterlikler (Bilgi-Tutum-Beceri)	Bireye kazandırılmak istenen yeterlikler (Bilgi-Tutum-Beceri)
--	--	--

Şekil 2: Farklar Yaklaşımı

Bu yaklaşıma göre ihtiyaç; beklenen beceri düzeyi ile gerçek-  
varolan- beceriler arasındaki farkla ortaya çıkar.

Analitik Yaklaşım; Gelecekte ortaya çıkması olası durumlardan  
yola çıkarak ihtiyacın belirlenmesi sürecidir.

Betimsel Yaklaşım; Belirli olgu ya da eğitim yaşantılarından  
ortaya çıkan durumla ilgilenir. Bir nesnenin yokluğu, eksikliği ile  
ortaya çıkan zararlar o nesnenin varlığının sağlayacağı yarardan  
hareketle ihtiyaç belirlenmesi sürecidir.”

Hazırlanacak eğitim programında yetiştirilecek öğrenci de göz  
önüne alındığında edinilmesi gereken bilgi-tutum ve beceri konusunda  
farklar yaklaşımının, sürekli gelişen ve değişen kozmetik ürün  
çeşitliliğinin takip edilebilmesi, öğretilmesi amacıyla verilecek  
eğitimin düzenlenmesi amacıyla analitik yaklaşımın, yeterli donanımın  
olmaması ve olması durumunda verilecek eğitimin düzenlenmesi  
açısından da betimsel yaklaşımın dikkate alınması etkili olacaktır.

“Bireyin biyolojik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçları açısından  
toplum ve kültürün incelenmesi ile bir bireyin o toplum ve  
kültürde ihtiyaçlarını dengeli ve en iyi şekilde gidererek  
yaşayabilmesi için münasip davranışların neler olacağına dair  
gerekli ipuçları elde edilebilir.

Bu ipuçlarına bakılarak saptanacak davranış örüntüleri ile belli  
aşamadaki bireylerin mevcut davranış örüntülerinin  
karşılaştırılması bireyin eğitim ihtiyaçlarını açığa vuracaktır. İşte  
bu eğitim ihtiyaçları yani gerekli davranış örüntüleri ile mevcutlar  
arasındaki fark, o aşamadaki bireylerin maruz kalacakları eğitimin  
hedeflerinin işaretçileridir.” (Ertürk, 1997: 41).

Eğitimin ihtiyacı saptandıktan, ulaşılması istenen hedefler  
belirlendikten sonra içeriğin belirlenmesi gerekir.

“Program içerik boyutunda belirlenen amaçlara ulaşmak için ne öğretelim sorusuna yanıt aramaktadır. Bu bağlamda programın içerik boyutu ile öğretilecek konuların düzenlenmesi söz konusudur. İçerik düzenlenmesinde temel ilkeler arasında somuttan soyuta, basitten karmaşığa, kolaydan zora, bütünden paçaya ya da parçadan bütüne, günümüzden geçmişe, olaylardan kavrama ve genellemelere yakın çevreden uzağa doğru yapılan bir sıralama vardır.” (Demirel, 2000: 127-128).

“Programın içeriği belirlenirken konunun, alanın veya mesleğin analiz edilmesi gerekir. Bireyin ilgi ve yetenekleri doğrultusunda bir meslek veya görev için verimli olarak hazırlanabilmesi ve bunu sağlayacak bir programın geliştirilebilmesi için analizin yapılması çok önemlidir. Bir alan, konu ve mesleğin analizi, içeriğin bilimsel olarak belirlenmesine yardım eder.” (Doğan, 1997: 153).

“Analizler, program kapsamının gerçekçi biçimde tespit edilmesinde en güvenilir yaklaşımdır.” (Sezgin, 1994: 35). Bir dersle ilgili belirlenmek istenilen içeriğin oluşturulması etkili bir analiz sonucu gerçekleşmektedir. Ancak iyi bir analiz sonucunda istenilen hedeflere ulaşabilmek için gerekli içerik oluşturulabilir.

Etkili bir öğretim için ders programının çok iyi hazırlanması gerekmektedir. Özçelik’e (1989: 5) göre, “Bir derste bu dersle ilgili öğretim programında belirlenen esaslara uygun bir öğretme-öğrenme sürecinin oluşturulması ve bu sürecin ürünü olarak, öğrencilere, hedef alınan bütün davranışların öğretilmesi, hem ilgili öğretim programının gerçek okul durumlarında işler ve işe yarar bir program olması hem de bu programın tüm öğrencilerin ihtiyaçlarını tam olarak karşılayabilecek etkililikte bir öğretim hizmetiyle uygulamaya konması ile olanaklıdır. Diğer bir deyişle bir dersle ilgili öğretme-öğrenme sürecinden istenen ürünlerin tam olarak alınabilmesi için hem bu dersin öğretim

programının iyi hazırlanmış olması hem de bu programın tüm öğrenciler için etkili bir öğretim hizmeti ile işletilmesi gerekir.”

Bu yüzden de bir alanda etkili bir öğretim için iyi bir programın oluşturulması, bu programın etkili olabilmesi için de hazırlanan içeriğin belirlenebilmesi öğretim analizini gerektirir.

Doğan’a (1997: 157) göre, “Öğretim analizi; çerçevesi belirlenmiş ve öğretimi kararlaştırılmış bir konu, alan, meslek, proje, etkinlik veya işi meydana getiren ana bölüm (esas görev, işlev), işlem (davranış) ve işlem basamaklarını (davranışın analizi) saptamak için uygulanan bir süreçtir. Öğretim analizi her düzeydeki genel ve mesleki programlarda etkili olarak kullanılabilir.”

Bu açıklamalar göz önünde bulundurularak hazırlanan program hem öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamalı hem de ürünün niteliğini arttırmalıdır.

“Belirli bir program için içerik saptamak, o program için öngörülen işlemlerin listesini yapmaktır. İşlem listesini tamamlamak, ders programlarının geliştirilmesinde önemli bir aşamadır. Program geliştirmede bulunan diğer bütün aşamalar işlem listesinin tam ve doğru olarak yapılanmasına bağlıdır. Bir program için gerekli işlemleri saptamak amacı ile yapılacak analizi planlamak mevcut koşullar için uyarlamak ve yorumlamak birçok unsurun dikkate alınmasını gerektirir. Öğretim yapılacak alanın ve programa girecek öğrencilerin nitelikleri bilinmelidir.” (Doğan, 1982: 95).

Ayrıca öğrencilerin niteliklerinin bilinmesi yanında okulda öğrenmelerin gerçekleşebilmesi için bazı değişkenlerin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

1- Öğretilmesi hedef alınan becerilerin öğrenilebilmesi için gerekli ön şartların oluşturan ilgili ön öğrenmelerin önceden gerçekleşmiş olma derecesi,

2- Öğrencinin kendini öğrenmeye verme, öğrenme sürecine katılma veya onun kendini öğrenmeye vermiş ya da sürece katılmış bir duruma getirebilme derecesi,

3- Uygulamaya dönüşen hali ile öğretimin, öğrenci ihtiyaçlarına uygunluk derecesi. (Özçelik, 1998: 12).

“Tüm bunların etkili bir şekilde gerçekleşebilmesi için içeriğin uygun bir şekilde belirlenmesi çok önemlidir. İçeriğin çağdaş olarak saptanmasında uygulanan en etkili yaklaşım belirli basamakları uygulayarak işlemlerin listesini saptamaktır. İşlem listesi saptanırken uygulanan yaklaşım alanda uzman olan bireylerin görüşlerinin alınmasını, anket ve diğer yollarla elde edilen verilerin işlenmesini ve bunların dersin genel amaçları ve öğrencilerin ihtiyaçları açısından yorumlanmasını kapsar. Bu yaklaşım ihtiyaca en uygun içeriğin saptanmasına yardım eder. Program hazırlanırken işlemlerin listesini tamamlamayı ilk aşama olarak kabul eden görüş ve teknikler, birçok ülkede endüstri ve ordu tarafından başarılı olarak kullanılmaktadır. Eğitim kurumlarımız tarafından bu yaklaşımın yaygın olarak kullanıldığı söylenemez. Ülkemizde programın içeriğini saptamak için işlemlerin listesini yapma yaklaşımı endüstri, özel ve kamu kesimlerinde başarı ile uygulanabilir. İşlem listesini hazırlayabilmek için bireyin, program geliştirilecek alanda bilgi sahibi olması veya bilgi sahibi olan bireylere çalışması gerekir. Bu yöntem kurumun ve öğrencilerin ihtiyaçlarının daha gerçekçi olarak karşılanmasına yardım eder.” (Doğan, 1982: 97).



“Fen ve teknolojideki yeni buluşlar, uzay teknolojisindeki yeni gelişmeler, dünya savaşları sonunda ortaya çıkan uluslararası kuruluşların gittikçe yaygınlaşan uğraş alanları, kültür geçişleri, ülkeler arası ekonomik yarışma ve dayanışma, bireylerin bu ve benzeri gelişmelere uyum yapabilecek bir şekilde eğitilmelerini zorunlu hale getirmiştir.” (Varış, 1996; 10). Kozmetik sektörü de bu gelişmelerden oldukça etkilenmektedir. Bu nedenle bu alanda verilmekte olan eğitimin, yeniliklere ve gelişmelere uygun olarak düzenlenmesi zorunluluk arz etmektedir.

Kozmetik sektörü talep ve ihtiyaçların artması nedeniyle hızla gelişmektedir. Piyasada her gün yeni bir kozmetik ürün çıkmakta ve insanların kullanımına sunulmaktadır. Piyasaya çıkan bu yeni ürünler hem kimyasal açıdan hem etki bakımından hem de uygulama teknikleri bakımından değişiklik göstermektedir. Kozmetik ürünlerin satışını yapan ürün satış elemanlarının, sektördeki gelişmeleri takip ederek, tüketicinin ihtiyacına göre ürün satışı yapmaları gerekmektedir.

“Sadece iyi eğitilmiş uzmanlar endüstrideki sürekli değişimin gereklerini karşılayabilecek kadar yeteneklidir.” (Milady’s 1993: 8). Uzmanların yetiştirilmesinde anlamlı, geçerli, yararlı kısacası işlevsel içerik oluşturmanın çok önemli olduğu söylenebilir. Çünkü, içerik eğitim programının ana öğelerinden birisidir.

Kozmetik kelimesi, Yunanca'da sağlıklı, bakımlı ve güzel olmayı, bu sonuçları elde etmeyi ve sürdürmeyi belirten "Cosmeni" kelimesinden türetilmiştir. Yunanca Kosmetikos, süsle ilgili anlamındadır.

Avrupa Kozmetik Yasasına Göre (27 Temmuz 1976, 1.madde)

Kozmetik bir ürün insan vücudunun değişik dış kısımları, (epidermis, saç/kıl sistemi, tırnaklar, dudaklar ve dış genital organlar)

veya dişler ve ağız boşluğunun mukoz membranlarında, özellikle ve başlıca, temizlemek, koku vermek, görünüşünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi durumda tutmak görüşüyle temas etmesi amaçlanmış madde veya preparatlardır.

Amerikan Gıda, İlaç ve Kozmetik Kanununa Göre (The Federal Food, Drug and Cosmetic Act)

Kozmetik; dökülmek, serpilmek, ovulmak veya başka herhangi bir şekilde uygulanmak suretiyle vücudun herhangi bir kısmının temizlenmesi, güzelleştirilmesi, cazibesinin artırılması veya görünüşünün değiştirilmesi amacı ile uygulanan preparatlar ve bunların hazırlanması için kullanılan maddelerdir.

Kozmetik Kanununa Göre (Tarihi:24.03.2005 Sayısı:5324

R.G. Tarihi:24.03.2005)

Kozmetik; insan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, dişlere ve ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi bir durumda tutmak olan bütün preparatları veya maddeleri kapsar.

Kozmetik, cilde, saçlara, dişlere, ağız mukozasına bunları temiz tutmak, korumak, iyi durumda kalmalarını sağlamak, görünümünü değiştirmek, belli bir koku vermek ya da kokularını gidermek amacıyla uygulanan ve ilaç kapsamına girmeyen bir madde ya da bir ürün için kullanılır. (Milliyet Ofset,1992:14)

Etnografya’da kozmetik; insan vücuduna doğrudan doğruya uygulanan süse denilir (insan vücuduna hareketli eşya ekleyen aksine).

Kozmetik süsler geçici (boyalar, yağlar, lekeler) veya sabit (yara izleri, deformasyonlar, dövmeleler) olabilir. Bir aile töreni veya kolektif (savaş) töreni yahut bir aileye, bir klana bağlılığın belirtisi olur. Sabit süsler çoğunlukla mecburidir ve sembolik dini veya hukuki değer taőrır. (Sabah Yayınları,1992:11)

Bu tarifler bize şunu ifade ediyor: Kozmetikler vücudun temizlenmesi, güzelleştirilmesi, cazibesinin arttırılması ve görünüşünün değiştirilmesi amacıyla kullanılan ürün ve maddelerdir. Bunların insan görünüşünün düzeltilmesi için sistematik bir şekilde incelenmesi Kozmetoloji'nin temelini oluşturur. (Alpmen, 1998, 1-2)

Bu ürünleri elde etmede kullanılan teknolojiye de “Kozmetik Teknolojisi” adı verilir. Bitmiş kozmetik ürünlerin yanı sıra bu ürünlerin etkinliklerini, kullanım biçimlerini ve aynı zamanda elde edildikleri hammaddeleri inceleyen bilim dalına Kozmetik bilim (Kozmetoloji) denir.

Kozmetik ürün kullanımının çok gerilere dek gitmesine karşın, ancak Birinci Dünya savaşından sonra bu ürünlerin hazırlanması, etkilerinin belirlenmesi, güvenilirlik ve zararsızlıklarının denetlenmesi organik kimya, analitik kimya, biyokimya, fizikokimya, hücre biyolojisi, toksikoloji vb. gibi pek çok bilim dalının katkısı sonucu gerçek bir bilim alanı haline geldi. Bu dönemde John H. Breck ilk şampuanları, E. Shueller ilk saç boyalarını buldu. Kozmetik sanayisinin gelişimi, özellikle 1945'ten sonra kimya ve biyoloji alanında yoğun araştırmaların yapılmasını sağladı. (Milliyet Ofset,1992:14)

Kozmetiğin tarihi, insanların ilk ortaya çıktıkları zamana dek uzanır. İlk çağlardan beri insanlar, iyileşmek ve acıdan kurtulmak için ilaç olarak bitki ve hayvan kaynaklarını kullanmışlardır.

Adak törenlerinde kokulu odunlar ve hayvan yağları yakarak doğal parfüm elde etmeye çalışmışlar, kül ve yağ karışan sularla yıkadıkları çamaşırların köpürdüğünü ve daha iyi temizlendiğini fark etmişlerdir.

Parfüm kelimesinin kökü olan “per” baştan başa, “fümum” tütsü anlamına gelmektedir. Kozmetik parfüm kaynakları ve tıbbi amaçlı maddeler, genellikle aynı orijindedir. Eski çağlardan beri büyük medeniyetler kadar küçük insan toplulukları da, bir şekilde kozmetik ürünlerin atalarını kullanmışlardır.

Onlar için kişiyi iyi hissettiren şeyler ilaç olarak görülüyordu ve şifacılar bunları devamlı geliştirip kullanıyordu.

Aromalar M.Ö. 5000 yılından itibaren Mısır, Hindistan ve Doğu’da dinsel amaçlar için kullanıldı. Mısır’da yapılan arkeolojik kazılarda bulunan, binlerce yıl sonra hala güzel kokusunu koruyan merhem kapları ve göz boyalarından, kozmetiklerin M.Ö. 4000 - 5000’lerde de kullanılmakta olduğu anlaşılmıştır.

Mısır’da ölümler ruhları bedende kalsın diye, mumyalanır ve yanlarına çeşitli yağlar, ayna, bal, süt, parfüm sürülmüş mücevherler ve giyecekler konarak gömülürlerdi. O tarihte makyajda lamba isinden, beyaz ve kırmızı tozlardan yararlanılmaktaydı. Genellikle rahiplerin hazırladığı bu güzellik ürünleri hoş kokulu bitkilerden, tohumlardan ve yağlardan elde edilirdi. Kekik, ıtır, sedir ağacı, amber, misk, sakız, reçine ve çeşitli çiçekler, yapraklar ve kökleri kullanılarak hazırlanan kozmetiklerin formülleri çok gizli tutulurdu. Bu nedenle kozmetik yapımı çok önemsenen bir sanattı. Mısırlı kadınlar, masaj yapmaları için eğitiliyorlardı. Açık renk tenlilik soyluluk simgesiydi.

M.Ö. 1350 yıllarında yaşamış olan Kraliçe Nefertiti’ye, siyah boya ile koyulaştırılmış kaşları şakaklara kadar inen, gözleri badem

şeklinde çizilip, kirpiklerine kükürt ve kömür karışımı sürülerek makyaj yapılırdı. Eşit miktarda silisli toprak, bal, süt, yumurta sarısı karıştırılıp ciltte bekletildikten sonra, cilt temizlenirdi.

Antik çağın varlıklı insanları asla bakımsız ve makyajsız gezmezlerdi. Daha sonra kozmetik Akdeniz ülkelerine yayılıp, Yunanistan'da ve diğer ülkelerde de gelişmiştir. Bilim adamları sadece vücutlarının değil, beyinlerinin de gelişmesi için jimnazium'da ders verirlerdi. Yunanlı doktor Hipokrates M.Ö. 460-377 yılları arasında yaşamış ve kozmetik formüller bularak, tıpla kozmetiği birbirine bağlamıştır.

Yunanlılardan etkilenen Romalılar, tarih içerisinde parfümden zevk alan ve yaşantılarının vazgeçilmez bir parçası yapan ilk kültür olarak bilinir. Banyodan sonra gül sularını ilk kez Romalılar kullanmıştır. Roma kalıntılarında, dükkanlarda satılmak üzere güllerin dizildiği görülmüştür. Romalılar zamanında yıkanmak, masaj ve vücut bakımı yapmak önem kazanmıştır. Kadınlar bu devirde papatya suyuyla saçlarını açıyorlardı. Ciltleri yumuşasın diye keçi sütüyle yıkayıp, ciltlerinde pürüz hissettiklerinde, portakal ve limon kabuğu sürerek bu pürüzleri gidermeye çalışıyorlardı.

Mısır uygarlığı da bu dönemde daha gelişmiş kozmetik uygulamalara başvuruyordu. Genel olarak üst düzey sınıfa yönelik olsa bile vücut bakımında ve tıbbi konularda ilerleme sağlamışlardı. Cleopatra'nın süt banyolarının ünü günümüze dek gelmiştir. Ayrıca peruk yapımı ve kullanımında da öncüler.

Kozmetoloji, Galenus'un (MS 130-200) "Ceratum Refrigerans isimli kold kremi ortaya koymasından bugüne kadar gelişmeler içerisinde.

Orta Çağ'da ise, bitkisel kozmetikler önem kazanmıştır çıkmıştır. Cadı otu, Frenk üzümü ve yapraklarıyla yapılan karışımlar sabunlara çeşitli bitkiler ekleyerek kırık ve çıkıkların tedavisi işleminde kullanılırlardı. Yine bu devirde, buhar banyosu yapılmaya başlanmıştır. Buhar banyosunda ıhlamur, biber, rezene, adaçayı gibi bitkiler en önemli karışımlardı.

Bitki banyolarını daha sonra Araplar da öğrenmişler ve uygulamaya başlamışlardır. Böylece o devirde, banyoculuk mesleği diye bir meslek ortaya çıkmıştır. Banyocular vücut masajı yapar, saç keser, yaraları tedavi ederlerdi.

Hoşa giden güzel kokulu parfümlerin kullanımı, kokulu çiçeklerinden ve meyvelerinden esinlenerek oluşmuştur. XI. Yüzyılda eski İslam kimya bilginleri, buhar destilasyonu yöntemi ile parfümleri elde etmişlerdir. Özellikle etil alkolün ayrılmasını ve konsantrasyonunun ne kadar olacağını keşfederek, parfüm kültürünün gelişiminde önemli rol oynamışlardır.

Rönesans'la birlikte kozmetik alanında büyük gelişmeler olmuş, insanlar birbirleriyle yarışa girmeye başlamışlardır. Bu devirlerde saçlarda sarı renge, gözlerde ela renge önem verilirdi. XIV. Louis, kendi devrinde bir yasa çıkartarak bütün kadınların kaşlarını kazıtmalarını emretmişti. Bu devirde kadınlar kazıttıkları kaşlarını boyalı kibrit çöpleriyle bir hat şeklinde belirginleştirirlerdi. Yine o devirde, kirpikleri boyamak, ince dudak ve küçük ağız geçerliydi. Boyun ve dekolteye önem verilip, saçlar bukleler halinde bele kadar uzatılırdı. Hamam açmak bu devirde yine çok zor bir işti. Ancak, aromatik bitkileri kullanıp bunların merhemleriyle hastalıklara çare bulanlar sınava alınır, eğer başarılı bulunurlarsa banyo açmalarına izin verilirdi.

17. ve 18. yüzyıllarda kozmetik sektörü canlanmış, doğal parfüm üretim sistemleri geliştirilmiştir. 17. yüzyılda peruk önem kazandı. Kadınlar ve erkekler peruk takabilmek için saçlarını kısacık kestirirlerdi. Kadınlar kaşlarını doğal bırakıp, göz çevresini parlak renklere boyamaya başladılar. Ciltleri ise pudranın altında tamamıyla kayboluyordu. Çünkü; sürülen pudralar son derece kalın tabakalar halindeydi. Moşe adı verilen benler ortaya çıkarılırdı. Moda ve makyajda Fransa öncü olan ülkelerdendi. Kadınlar baş döndürücü parfümler sürer ve yelpazeleri, mendilleri parfüm kokardı. Şövalyeler parfüm kokan kılıflı hançerler kullanırlardı.

Ayna, 18. yüzyılda önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Bu devirde zarif ve yapmacık hareketlerle kendini beğenmişlik ön planda yer almıştır.

Kadınlar yüzleri bol pudralanmış, hafif pembe yanaklar ve kırmızı dudaklar yanında, beller korseyle sıkılmış, yanakta ve göğüste siyah boyalarla yapılmış moşelerle kendilerini göstermekten mutluluk duyarlardı.

Banyonun önemi 19. yüzyılda yeniden ortaya çıkmıştır. Ancak bu devirde açık tenin moda olmasıyla, güneşten yararlanamadıkları için verem hastalığına yakalananların da sayısında artış baş göstermiştir. O devirde doktorlar, rahipler vücut sağlığının sık sık banyo ve soğuk su kompresleriyle sağlanabileceğini belirttikleri halde, daha sonra Avrupalılar yıkanmayı büyük oranda terk etmişlerdir. “Çünkü o devirde banyo yapmak çok pahalıydı ve sadece zenginlere mahsustu.” (Şenol & Gülay, 2002:3-6).

19. ve 20. yüzyıllarda ise aromatik kimyasallardan sentezleme işlemleri geliştirilen kozmetik sektörü ortaya çıkmış ve pek çok büyük kozmetik sanayi kuruluşu oluşmuştur. Yeni ürünlerin yanı sıra, ambalaj ve reklam tekniklerinin de geliştirilmesiyle kozmetik sanayi hızla

gelişmiştir. Bu ürünler çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Bunların başlıcaları; kremler, emülsiyonlar, losyonlar, jöleler, yağlar (cilt için kullanılır), güzellik maskeleri, fondötenler, makyaj ve sağlık pudraları, sabunlar, parfümler, kolonyalar, banyo ürünler, kıl dökücüler, deodorantlar, ter önleyiciler, tıraş malzemeleri, makyaj ürünleri, saç, diş, ağız bakım malzemeleri, tırnak oje ve cilaları, beden dış bakım ürünleri, güneş yağları, güneşsiz bronzlaştırma ürünleri ve kırıksık önleyicilerdir. (Milliyet Ofset,1992:14)

1945'lerden sonra saçlar kısalmış, kaşlar alınmış, gözler farlarla belirgin hale getirilmiş, kırmızı renkte dudaklar ön plana çıkarılmıştır. O yıllarda birkaç kozmetik kuruluşu özellikle Fransa'da kurulmuştur. Bugün bu güzellik kuruluşlarının dünyanın birçok ülkesinde şubeleri vardır.

Kozmetoloji ilmi ve uygulama yelpazesinin genişlemesi bu konudaki eğitimin önemini arttırmaktadır. Dünyanın birçok ülkesinde, kozmetikle ilgili fakülteler, yüksek okullar, eğitim ve öğretim yapan, devlet ve özel sektöre ait eğitim kurumları vardır.

Kozmetoloji; farmasötik teknoloji, dermatoloji, kimya, mikrobiyoloji, biyoloji, anatomi, endokrinoloji, histoloji, hijyen, fizik, fizikokimya, fizik tedavi, fizyoloji, psikoloji gibi bilimlere dayanmaktadır. Yeni görüş, düşünce ve uygulamalar bu bilim kollarını daha da genişletmektedir. Kozmetik ürünlerin araştırılma, formülasyon, hazırlanma ve kontrollerinde sözü edilen bilim kolları önemli rol oynamaktadır. Kozmetoloji eğitiminin tüm Avrupa, Amerika, Asya ve Afrika ülkelerindeki durumu gözden geçirildiği vakit bu eğitimin lisans ve yüksek lisans seviyesinde üniversitelerde verildiği gibi mezuniyet sonrası diploma veya sertifika kursları şeklinde değişik isimlerle yer aldığı görülmektedir.



Kozmetik eğitimi almış olan kozmetik bilimcisi, araştırma ve geliştirme, formülasyon ve kalite kontrol alanlarında aktif rol almakta ve kozmetolojinin gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır. Farmasötik teknoloji yönünden bir yakınlık gösteren kozmetolojinin eğitimi Türkiye’de İstanbul Üniversitesi Eczacılık Fakültesi’nde 1966 yılında Galenik farmasi dersinin kapsamı içerisinde verilmeye başlanmış ve 1990 yılına kadar Farmasötik Teknoloji dersleri içerisinde devam etmiştir. 1990 yılında Eczacılık Teknolojisi Bilim Dalı, Farmasötik Teknoloji Anabilim Dalı’na bağlı olarak Kozmetoloji Bilim Dalı kurulmuştur. Bu şekilde yürütülen Kozmetoloji lisans derslerinin yanı sıra yüksek lisans eğitimi verilmektedir.

“2547 sayılı yasanın ilgili maddeleri gereğince diğer eczacılık fakültelerinde de, Ankara, İzmir ve Eskişehir’de 1993 yılında Kozmetoloji Bilim Daları kurulmuş olup, lisans ve yüksek lisans eğitimlerine devam edilmektedir.“ (Alpmen, 1998: 1-2)

“Kocaeli Üniversitesi Hereke M.Y.O. bünyesinde 1998 yılında açılmış olan “Kozmetik Teknolojisi” bölümü, iki yıllık ön lisans programı olup, 2000 öğretim yılında ilk mezunlarını vermiştir. Hepsinin de amacı; Kozmetik sektörüne eğitilmiş, bilinçli, yetkili elemanlar yetiştirmektir.” (Şenol & Gülay, 2002:6)

1988 yılında Gazi Üniversitesi Kız Sanat Eğitimi Yüksek Okulu bünyesinde El Sanatları Bölümü altında Kuaförlük Eğitimi Ana sanat Dalı olarak kurulmuştur. 1992 yılında Gazi Üniversitesi Mesleki Yaygın Eğitim Fakültesi bünyesinde Kuaförlük Eğitimi Bölümü adını almıştır. 2001 yılında Mesleki Eğitim Fakültesine geçiş sürecinde Giyim Endüstrisi ve Moda Tasarımı Bölümü altında Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi Anabilim Dalı’na dönüştürülmüştür. Temel amacı Mesleki ve Teknik Orta Öğretim Kurumlarına kuaförlük ve güzellik bilgisi öğretmeni yetiştirmek olan bu programın mezunları Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı Mesleki ve Teknik Orta Öğretim

kurumlarında öğretmen olarak veya tercihleri doğrultusunda kozmetik sektöründe üretim ve yönetim birimlerinde yönetici, teknik eleman veya uzman olarak çalışabilmekteydiler.

Ayrıca Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü bünyesinde Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi bilim dalı yüksek lisans programı açılmış ve Doktora programı açılması için başvuru da tamamlanmıştır. Ancak 13.11.2009 tarih ve 27405 sayılı Resmi Gazete 'de yayınlanan 2009/15546 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi'nin kapatılmasına ve yerine Sanat ve Tasarım Fakültesi kurulmasına karar verilmiştir (EK 1.1-2009/15546 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ve eki liste).

Sanat ve Tasarım Fakültesi bünyesinde;

- El Sanatları Tasarımı ve Üretimi Bölümü
- Grafik Tasarımı Bölümü
- Moda Tasarımı Bölümü
- Tekstil Tasarımı ve Üretimi Bölümü
- Saç ve Güzellik Uygulamaları Bölümü
- Seramik Tasarımı Bölümü

olmak üzere önce 6 adet bölüm kurulmuş, daha sonra Görsel Sanatlar ve Tasarım Bölümü eklenerek 7 adet bölüm yapılandırılmıştır.

Bu bölümlerden El Sanatları Tasarımı ve Üretimi, Grafik Tasarımı, Moda Tasarımı, Tekstil Tasarımı ve Üretimi Bölümlerine 2010-2011 Güz Döneminden itibaren öğrenci alınarak eğitim öğretim faaliyetlerine başlamış bulunmaktadır. Kurulan “Saç ve Güzellik Uygulamaları Bölümü”ne kadro açılması beklenirken “öğretim üyesi yetersizliği nedeni ile öğrenci alınamaması” gerekçesi ile kapatılmasına karar verilmiştir.

Türkiye genelinde ortaöğretim düzeyinde 447 meslek lisesinde;

- 447 Saç Bakımı ve
- 200 Güzellik Hizmetleri Bölümü,

bulunmaktadır. Bu 447 Liseden (647 bölümden) yılda 10.000'in üzerinde öğrenci mezun ve mezun öğrenciler 25 üniversitede ön lisans seviyesinde eğitim alabilmektedirler. Ancak bu bölüm öğrencileri için 2010 yılından itibaren lisans düzeyinde eğitim veren bir üniversite bulunmamaktadır.

Türkiye'de, kimya sanayisinin bir alt dalı olan kozmetik sanayisinin kuruluşu oldukça yenidir. Bu sanayi kolu, başlangıçta daha çok kolonya üretimine dayanıyordu. 1950'lerde dışalımın serbest bırakılması ile ülkeye her türlü kozmetik ve parfümeri ürünleri girmeye başladı. 1958'de dışalım durduruldu; ancak, bu süreç içerisinde belirli bir tüketici kitlesi olduğundan, montaj sanayisi biçiminde bir kozmetik sanayisi gelişmeye başladı. Üretimde kullanılan girdilerin %95 i dışalığa dayanan bu sanayi kolundaki dışa bağımlılık, üretim maliyetini de önemli ölçüde etkilemekte, ayrıca ürünlerin nitelik bakımından yetersiz oluşu, yerli üretimin dışalım kozmetik ürünleriyle rekabet şansını ortadan kaldırmaktaydı. Türkiye'de, başta kolonya üretimi üzere bu alanda etkinlik gösteren çok sayıda firma bulunmaktadır.

Büyük firmaların ise, ürünleri yabancı firmaların lisansı altında üretilmekte ve bu lisansör firmalar ortaya çıkacak rekabeti önlemek amacıyla yerli üreticilere dışsatım izni vermemekteydi. DPT tarafından yapılan bir araştırmaya göre Türkiye'de, 1991 yılında 184,3 milyar TL'lik kozmetik üretilmiş, 10,8 milyar TL'lik dışsatım, 21,6 milyar TL'lik da dışalım yapılmıştır (1988 fiyatlarıyla). Yine 1991 yılında Türkiye'deki kozmetik talebi 195 milyar TL'lik bir değer olarak

saptanmıştır. Aynı yıl Türkiye’de 150000 ton sabun üretilmiş, 31400 ton dışsatım, 100 ton dışalım yapılmıştır. (Milliyet Ofset,1992:14)

Türkiye’de sektörün gelişmesini sağlamak, sorunlarını çözmek, ülkede sektörün bilimsel açıdan gelişmesini sağlamak için Üniversite ve diğer araştırma kuruluşlarıyla ilişki kurmak amacıyla, 1993 yılında sektörün önde gelen firmaları bir araya gelerek "Kozmetik ve Tuvalet Müstahzarları Üreticileri Derneği’ni kurmuşlardır.

Yakın dönemde yapılan araştırmalar Türk kadınının henüz %3’ünün markalı kozmetik kullandığı sonucunu ortaya koymuştur. Avrupa’da kişi başına düşen yıllık kozmetik harcaması 113 dolarken, Türkiye’de 18 dolar civarındadır. Batı Avrupa’da makyaj malzemesine yılda 13,6 dolar, Yunanistan’da 8 dolar, Türkiye’de ise 1,8 dolar harcanmaktadır. Türkiye’nin toplam makyaj ve kişisel bakım ürünleri harcaması 1,5-2 milyar dolar olup, bunun 300 milyon dolarlık kısmının ithalatla karşılandığı görülmüştür.

Türkiye Rusya, Ortadoğu, Kuzey Afrika ülkelerinin en önemli tedarikçisi olup, yerli üreticilerin yıllık ihracatı 250 milyon dolar civarındadır. Bu rakamlar Türkiye’nin gelecekte ne kadar büyük bir potansiyele sahip olduğunu gösteriyor. Türkiye’de kozmetik sektöründe yaklaşık 3 bin firma faaliyet göstermektedir ve bu rakam hızla artmaktadır.

Ekonomi Bakanlığı’nın 2012 Yılı Sektör Raporlarında: 2011 yılında Kozmetik Sektörüne ilişkin ithalatın 640 milyon dolara yaklaştığı, ihracatın ise 509 milyon doları bulduğu belirtilmiştir. Kozmetik Sektörü sadece ithalat ve ihracat rakamları yönünden 1.150 milyon dolar gibi çok büyük rakamlara ulaşmıştır ([http://www.ibp.gov.tr/pg/sectorpdf/sanayi/Kozmetik\\_2012.pdf](http://www.ibp.gov.tr/pg/sectorpdf/sanayi/Kozmetik_2012.pdf)).

İhraç edilen kozmetik ürünlerin yurtiçi kullanımı ile birlikte gerek ithal edilen gerekse yurt içinde üretilmiş ürünlerin güzellik salonlarında, reklam, Sinema, TV gibi sektörlerde uygulaması dikkate alındığında Pazar payının 1.5 milyar doların üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmaktadır..

Pazarda yapılan promosyon kampanyaları ve çeşitli aktiviteler, ucuz ürünlerin pazara sunulması, pazarlama giderleri minimum seviyelere indirilen ürünlerin satıldığı indirim mağazalarının çoğalması fiyatların düşmesine neden olmuştur.

“Bu gibi gelişmeler sonucu düşen fiyatlar pozitif bir büyüme yaşanmasını tetikledi. Satılan miktar arttı ama gelir düştü.” (Yücebiyık, 2003:1-2)

Kozmetik ürünler: insan vücudunun epidermis, tırnaklar, kıllar, saçlar dudaklar ve genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, ağız ve dişlere veya mukozaya uygulamak üzere hazırlanmış, amacı veya yan amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek ve korumak suretiyle iyi bir durumda muhafaza etmek, görünümünü değiştirmek ve vücut kokularını düzeltmek olan, saç boyaları ve saç açıcıları da dahil bütün preparatlar ve/veya maddelerdir.

Kozmetik Ürünlerin Sınıflandırmasında Ana Başlıklar;

## **I. CİLT BAKIM KOZMETİKLERİ**

### **1. Temizleyiciler**

- A. Sabunlar Ve Temizleme Çubukları
- B. Yağsız Temizleyiciler
- C. Temizleme Kremleri
- D. Exfoliantlar / Soyucular
- E. Aşındırıcılar (Abrasive Scrubber)
- F. Temizleme Maskeleri

G. Diğerleri

2. Tonikler (Astringeous, Sıkılaştırıcılar) / Astranjanlar
3. Nemlendiriciler (Emolient, Moisturizing Agents)
  - A. Hayvansal Yağlar
  - B. Bitkisel Yağlar
  - C. Mineral Yağlar
  - D. Sentetik Yağlar
  - E. Mumlar
  - F. Diğerleri
4. Özel Bakım Ürünleri
5. Diğerleri

**II. SAÇ BAKIM KOZMETİKLERİ**

1. Şampuanlar / Temizleyiciler
2. Saç Kondisyonerleri
3. Saça Şekil Veren Ürünler
4. Kalıcı Dalga Veren Losyonlar
5. Saç Boyaları
6. Saç Rengini Açan Ürünler
7. Diğerleri (Saç Onarıcı Bakım Ürünleri)

**III. SAÇLI DERİ BAKIM KOZMETİKLERİ**

1. Saç Büyümesini Tetikleyen Ürünler
2. Saçlı Deri Onarıcı/Tedavi Edici Ürünler
3. Diğerleri

**IV. VÜCUT BAKIM ÜRÜNLERİ**

1. Banyo Ürünleri
2. Güneş Bakım Ürünleri
3. Ter Önleyici
4. Koku Gidericiler
5. Renk Açıcılar

6. Depilatuarlar
7. Böceksavarlar

## **V. AĞIZ BAKIM ÜRÜNLERİ**

1. Diş Bakım Ürünleri
2. Ağız Gargaraları
3. Diğerleri

## **VI. DEKORATİF KOZMETİK ÜRÜNLER / MAKYAJ ÜRÜNLERİ**

1. Yüz Pudraları
2. Allıklar
3. Fondötenler
4. Dudak Boyaları / Rujlar
5. Göze Uygulanan Ürünler
6. Tırnak Ürünleri
7. Kalıcı Makyaj Ve Dövme
8. Diğerleri

## **VII. PARFÜMLER**

1. Parfümler (%15-30)
2. Eau De Parfum (%7-15)
3. Eau De Toilette (%5-10)
4. Eau De Cologne (%2-5)
5. Katı Parfüm / Stick (%5-10)
6. Kokulu Toz Pudra (%1-2)
7. Kokulu Sabun (%1,5-4)
8. Diğerleri

## **VIII. DİĞERLERİ**

1. Oral Products  
Vitaminler

Şifalı Bitkiler

Food / Gıda

2. Hijyenik Pedler

3. Antivajinal Ürünler

4. Tıraş Ürünleri

Temizleyici

Tıraş Öncesi

Tıraş Sonrası

Diğer Tıraş Ürünleri

Diğerleri

Eğitimin önemli bir boyutu olan mesleki eğitim, oldukça farklı mesleki alanlarda ve kompleks yapıdadır. Mesleki eğitimin en önemli görevi, istihdam dünyasında işgücü yetiştirmektir. Görev yapacak iş gücünde aranan nitelikler ise farklılık göstermektedir.

Türk eğitim sistemini yeniden düzenleyen 1739 Sayılı Milli Eğitim Temel Kanununun genel amaçlara ilişkin 2. Maddesinde Mesleki ve Teknik Eğitim, bireyin ilgi, istidat ve kabiliyetlerini geliştirerek gerekli bilgi, beceri, davranışlar ve birlikte iş görme alışkanlığı kazandırmak suretiyle onların, kendilerini mutlu kılacak ve topluluğun mutluluğuna katkıda bulunacak bir meslek sahibi olmalarını sağlamak olarak ifade edilmektedir (14574 Sayılı Resmi Gazete 1739 Sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu, 1973).

Mesleki eğitim, bireye bir işin gerektirdiği mesleki yeterlikleri kazandırmayı ve onun yeteneklerini çok yönlü geliştirmeyi amaçlar. Mesleki Eğitim iş, birey ve eğitimden oluşan üç boyutlu bir bütündür. Bu öğelerde meydana gelen değişimler mesleki eğitimin amaç, kapsam, öğretme-öğrenme stratejileri, süre, örgütlenme, değerlendirme vb. öğelerinde anlamlı değişiklikler yapmaktadır. Bireyin ve iş hayatının ihtiyaçlarına cevap verebilecek biçimde tasarlanmış ve etkili biçimde uygulanmış, mesleki eğitim, kalkınmayı hızlandırma da ve işsizliği



azaltmada etkili olmaktadır. Genç nüfus yapısına sahip ülkemizde, çağın ihtiyaçlarına göre yetiştirilecek nitelikli insan gücü, Türkiye'nin rekabet gücünün yükseltilmesinde önemli bir yere sahip olacaktır.

“Orta öğretim kurumları mezunlarından yüksek öğretime devam etme imkanı bulamamış ve iş hayatında geçerliliği olan mesleki yeterliklere sahip olamayan büyük bir gençlik kitlesi bulunmaktadır. Bu gençlere, işgücü piyasasının taleplerine uygun mesleki yeterlik kazandırılması mesleki yaygın eğitimin görevidir.” (Sezgin, 1999: 154).

Mesleki Eğitimden beklenen yüksek bilgi düzeyine sahip, nitelikli insan gücünün yetiştirilmesidir. “Pazarın değişen yapısına ve teknolojik değişikliklere kolayca cevap verebilecek ve uyum içinde çalışabilecek, daha yüksek bilgi düzeyine sahip, sürekli öğrenen ve daha fazla sorumluluk alan işgücüdür.

“Bu nedenle mesleki eğitimde bireylere bilimsel ve teknolojik gelişmelerin, sektörel alanların ve çalışma hayatının öngördüğü mesleki yeterliklere sahip yüksek performanslı işgücünün yetiştirilmesi hedeflenmektedir.” (Karaağaçlı, 1998: 297).

İş hayatının taleplerine uygun mesleki yeterlikleri kapsayacak biçimde düzenlenen mesleki ve teknik eğitim programlarında, yüksek performanslı işgücünün yetiştirilmesinde mesleki yeterlik ve iş analizi önemli bir role sahiptir.

Satış elemanları ve tanıtım elemanları; toptan veya perakende satış yerlerinde malları satarlar ve bu malların işlevlerini ve kalitelerini açıklar ve tanıtırlar.

Yapılan görevler genelde şunlardır: Perakende satıcılara veya büyük ölçekli mal alan tüketicilere toptan satış yerlerinde malların satılması; perakende satış yapılan yerlerde tüketicilere malların

satılması; bu malların işlevlerinin ve kalitesinin açıklanması ve tanıtılması. Diğer çalışanların denetlenmesi de kapsama dahil edilebilir.

Satış elemanları ve tanıtım elemanları; perakende satıcılara ve büyük ölçekli mal alan tüketicilere toptan veya perakende satış yapılan yerlerde malları tanıtırlar ve satarlar.

Kapsanan görevler şunlardır:

- (a) Depo alanından satış alanına malları taşımak ve onları sergileneceği yerlere yerleştirmek;
  - (b) Müşteriler tarafından istenen ürünün yapısı ve kalitesi hakkında bilgi vermek;
  - (c) Müşterilere ürün seçiminde yardımcı olmak;
  - (d) Fiyatları, kredi şartlarını ve fiyat indirimlerini söylemek;
  - (e) Gerekirse, malları paketlemek ve dağıtımını yapmak;
  - (f) Fiş, fatura, hesap özeti ve makbuz yazmak;
  - (g) Gerekirse, kasiyerin makbuzunu incelemek;
  - (h) Müşterilerin satın alma isteklerini artırmak da dahil, malların özellikleri ve kullanım şekli hakkında müşterileri bilgilendirmek için satılan malların tanıtımını yapmak;
  - (i) İlgili diğer görevleri yapmak;
- diğer çalışanları denetlemek. (Türkiye İş Kurumu GM Meslekler, Ana Grup 5/ 5220, s.1115)

## **ARAŞTIRMANIN AMACI**

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı içeriğinin oluşturulmasına ilişkin; branş mezunu öğretmenlerin, konu ile ilgili akademisyenlerin, kozmetik firma satış direktörlerinin, ürün satış elemanlarının ve kozmetik deposu yöneticilerinin konu ile ilgili görüşlerine dayalı olarak nasıl bir kozmetik ürün satış elemanı eğitim programına ihtiyaç vardır sorusuna cevap aranacaktır.

## **Alt Problemler**

1. Konu ile ilgili akademisyenlerin Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı için düşünülen dersler ve içeriğine ilişkin görüşleri nelerdir?
2. Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi Öğretmenlik Programından mezun olan öğretmenlerin Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı için düşünülen dersler ve içeriğine ilişkin görüşleri nelerdir?
3. İlgili firma satış direktörlerinin Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı için düşünülen dersler ve içeriğine ilişkin görüşleri nelerdir?
4. Ürün satış elemanlarının Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı için düşünülen dersler ve içeriğine ilişkin görüşleri nelerdir?
5. Kozmetik Depo Yöneticilerinin Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı için düşünülen dersler ve içeriğine ilişkin görüşleri nelerdir?
6. Ankete cevap verenlerin görüşleri arasında anlamlı bir fark var mıdır?

## **ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ**

Günümüzde firmalar arasında, kaliteli üretim yarışının yanında farklı boyutlarda da rekabet güçlenmektedir. “Ürünlerin sunumu, tanıtımı ve satış tekniği rekabette önemli kavramlar haline gelmiştir. Bu da satış sektöründe çalışanların mesleki becerisi yüksek, kültürlü, dinamik ve yeniliklere açık kişiler olmalarını zorunlu hale getirmiştir.” (KMMEM, 2005, s.1).

Mal ve hizmetlerin üretilmesi yanında bu mal ve hizmetlerin satışının yeterli ve doğru şekilde yapılamaması durumunda üretimin hiçbir önemi yoktur.

Mağaza ve marketlerde yoğun bir şekilde perakende satış elemanı ihtiyacı olmaktadır. “Çalışan hareketliliğinin yüksek olduğu satış sektöründe; eğitimli ara eleman sıkıntısı ciddi boyuttadır. Satış konusundaki eğitimler birkaç günlük seminerleri geçmemektedir, bu da bir satış elemanı yetiştirmek için kısa bir süredir.” (KMMEM, 2005, s.1).

Genç nüfusun işsizlik problemi ülkemizin başlıca sorunları arasında yer almaktadır. “Ülkemizde eğitim sisteminde mesleki eğitime yönelmeyi teşvik edecek düzenlemeler yapılması gerektiği ve zorunlu temel eğitimden sonra mesleki eğitime yönelme oranının %60'lara çıkarılacağı kalkınma planlarında onlarca yıldır vurgulanmasına karşın hala bu hedeflere ulaşılmamıştır. Hala işgücü arzı ile talebi arasında nitelik yönünden uyumsuzluk bulunmakta, bir yanda yoğun ve yapısal işsizlik sorunu yaşanırken diğer yanda işletmelerin nitelikli işgücü açığı karşılanamamaktadır.” (TESK, 2006).

Kozmetik ürün satış elemanı eğitiminin ülkemizde bir program çerçevesinde hazırlanması özellikle kozmetik ürün satışı alanında konu ile ilgili bilgi yokluğunu önlemede faydalı bir çalışma olacaktır. Ürün satışı konusunda eğitim programları bulunsa da, Türkiye için kozmetik ürün satış elemanı eğitimi yeni bir eğitimidir. Bu konuda yapılacak çalışmaların eğitim sistemine ve sektöre yarar sağlayacağı düşünülmektedir. Program halk sağlığını etkileyen çok önemli bir unsur olan kozmetik ürünlerin satışında görev alan elemanların eğitimini standardize etmeyi ve yanlış ürün önerme sonucu oluşabilecek hataların önüne geçmeyi amaçlarken diğer yandan bilinçli bir kozmetik tüketici profilinin oluşturulmasına da katkı sağlayacaktır.

## ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

1. Ankete cevap veren örneklem grubunun görüşlerinde samimi oldukları kabul edilmektedir.
2. Örneklem evreni temsil etmektedir.

## ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

1. Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı içeriğinin oluşturulması ile ilgili akademisyenlerin, bölüm mezunu öğretmenlerin, ilgili firma satış direktörlerinin, ürün satış elemanlarının ve kozmetik depo yöneticilerinin görüşleri ile sınırlıdır.
2. Bulgularının geçerliliği anketlerin geri dönüş oranına, cevaplama sırasında cevaplayıcının durumuna ve ankette yer alan soruların kalitesine bağlıdır.
3. Ürün satış elemanları içinde sadece kozmetik ürün satış elemanları bu eğitim programı için içerik oluşturmaktadır.

## TANIMLAR / TERİMLER

Araştırmada kullanılan tanımlar aşağıda belirtilen anlamlarda kullanılmıştır:

**Mesleki Eğitim:** Bireye belirli bir meslekle ilgili bilgi, beceri ve iş alışkanlığı

kazandıran ve bireyin yeteneklerini geliştiren eğitim süreci (Sezgin, Doğan, Alkan, 1994: 6).

**Yeterlik:** Bir meslek alanına özgü görevlerin yapılabilmesi için gerekli olan

mesleki bilgi, beceri ve tavırlara sahip olma durumu (Sezgin, 1980:18)

**İş Analizi:** İşin belirlenen standartlarda yapılabilmesi için mesleğin öğretilbilecek temel unsurlara ayrıştırılarak mesleki yeterliklerin belirlenmesi yöntemi (Sezgin, 1994: 22:54).

**Bilgi (Bilişsel İşlem):** Bilginin kullanılmasından ve işlenmesinden oluşan gözlenebilir davranış (Doğan, 1994: 345).

**Beceri (Devinsel İşlem):** Gözlenebilen kas ve adale hareketi gibi fiziki belirli süreç ve basamaklardan oluşan davranış (Doğan, 1997: 163).

**İş(Meslek):** Ferdin ücret karşılığı yaptığı görevlerin bütünü (Sezgin,1994:53).

**İş gücü:** Kozmetik sektöründe kozmetik ürün satış elemanı olarak çalışan kişiler.

**İşlem:** Başlangıç ve bitiş noktası belli olan, gözlenebilen, ölçülebilen, en az iki basamaktan oluşan bir iş birimi (Doğan, 1997: 345).

**Tavır (Mesleki Tutum-İş Alışkanlığı):** Ferdin işiyle ilgili durumlar karşısında, doğruluğu iş hayatınca kabul edilen bir davranış göstermesi (Sezgin, 1994: 140).

**Öğretim Envanteri:** Mesleklerin öğretilbilecek temel bilgi, beceri ve tavır elemanları (Sezgin, 1994: 54).

**Mesleki Bilgi:** Mesleki becerilerin ayrıştırılması tamamlandıktan sonra

bilişsel işlemlerin analizi yapılarak oluşturulan, bir işin yapılabilmesi için bireyin bilmesi gereken, uygulamanın gerçekleşmesi ile doğrudan ilişkili olan bilgilerdir.

**Eğitim :** Bireyin kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişme meydana getirme sürecidir (Ertürk, 1982).

**Eğitim Programı:** Bir eğitim kurumunun veya sosyal çevrenin bireylerin yaşantılarını düzenlemek ve zenginleştirmek için yürüttüğü tüm etkinliklerdir (Varış,1996:13).

**Ders İçeriği:** Eğitim amaçlarının gerçekleşmesi için yararlanılan bir kaynaktır (Varış,1996:114).

**Frekanslar (F):** Belli bir seçeneği tercih eden kişi sayısı

**Yüzdeler (%):** Frekans sayısı x 100 / Grubun Toplam Sayısı

## İLGİLİ YAYIN VE ARAŞTIRMALAR

Araştırma problemini açıklamaya ve yorumlamaya yardımcı olacağı düşünülen araştırmalar ile konuyla ilgili çalışmalar incelenmiş ve aşağıda özetlenmiştir.

Bu araştırma için yapılan kaynak taramalarında araştırma konusu ile ilgili araştırmalar aşağıda özetle verilmiştir.

**Uçar ( 2004 ) :** “Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Öğretmenlik Programında Yer Alan Kozmetik Ürünler I ve Kozmetik Ürünler II Derslerinin İçeriğine İlişkin Öneriler ” adlı yayınlanmamış yüksek lisans tezinde, kozmetik ürünleri; deri ve eklerine uygulanan kozmetik

ürünler, saç ve saçlı deriye uygulanan kozmetik ürünler, dekoratif kozmetik ürünler, güzel koku sağlayan kozmetik ürünler, diş ve ağız boşluğuna uygulanan kozmetik ürünler olarak sınıflayarak, kullanılan kozmetik ürünlere ve kullanım özelliklerine ders içeriğinde yer verilmiştir.

**Barnes ( 2001 ) :** “Master Educator Student Course Book ” adlı kitabında; Kozmetoloji alanındaki eğitimcilerin taşıması gereken özellikler, Kozmetoloji kapsamında bulunan uzmanlık alanlarında açılan kursların özelliklerinden ve bu alandaki mesleki eğitimin kalitesi açısından eğitimcileri aydınlatmaktadır.

**Milady (2000),** “Milady Standart Textbook of Cosmetology” adlı kitapta Kozmetik ürünlerin uygulamaları ve uygulamalar sırasında dikkat edilecek güvenlik tedbirleri konuları ele alınmıştır.

**Karaduman ( 1997 ):** “Güzellik Uzmanları İçin Temel Ders Kitabı ” adlı kitabında; Kozmetoloji alanı içerisinde bulunan uzmanlık alanları için gerekli; anatomi-fizyoloji, sanitasyon, etik, iletişim gibi alan destekleyici bilgilerin yanı sıra, bölümlere ait iş ve işlemler de açıklanmıştır.

**Huth, Yahm (1991):** “The Competency- Based Curriculum For Cosmetology” adlı kitabında; tüm Kozmetoloji alanlarına ait uygulamalı ve akademik konuların yer aldığı, sistematik eğitim programlarını içermektedir.

**İnsan TUNALI (2003):** “TÜRKİYE İŞ KURUMU, Türkiye’de İşgücü Piyasası ve İstihdam Araştırması”adlı çalışmada; Türkiye’deki işgücünün niteliklerini ve iş bulma sıkıntılarını incelemiştir.

Yukarıda belirtildiği üzere, ilgili araştırma ve çalışmalarda mesleki eğitimde değişim sürecine girildiği gözlenmektedir. Tüm



bunlar, mesleki ve teknik eğitimin, genç ve yetişkinleri iş hayatına hazırlama rolünün sürekli bir şekilde değiştiğini göstermektedir. Belirtilen araştırma ve çalışmalar, diğer meslek alanlarında olduğu gibi, kozmetik sektöründe de nitelikli iş gücünün ihtiyacının giderek arttığını, mevcut mesleki teknik eğitim sisteminin bu ihtiyacı karşılama güçlüğü içinde bulunduğunu; dünyada yaşanan değişimler ve mesleki teknik eğitim sistemin de kaliteyi yükseltmeye dönük yeni gelişmeler olduğunu ve değişikliklerin izlenerek eğitime yansıtılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Mesleki Eğitimde başarı, mevzuatlara kazandırılan yeterliklerin kozmetik sektörünün ihtiyaçlarına uygunluğu ile ölçülmektedir. Günümüzde mesleki teknik, örgün ve yaygın eğitim okullarındaki programlarda kozmetik sektörü için meslek elemanı yetiştirilmekte, sektörün nitelikli iş gücü ihtiyacı devam etmektedir.

Dolayısıyla, kozmetik sektöründeki mesleklerde, mesleği yapan kişide olması gereken yeteneklerin bilgi, beceri ve tavır düzeyinde belirlenerek mesleki teknik eğitim programlarının, bu yeterliklere dönük olarak hazırlanması ve iş hayatının taleplerine uygun nitelikte meslek elemanı yetiştirmeye yönelik program modeli geliştirilmiştir.

Ülkemizde özel şirketlerde, akademilerde, M.E.B. Bakanlığına bağlı okullarda ve Üniversitelerde Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Programı ile dolaylı olarak ilgili eğitim programlarına rastlanmış olup; listesi aşağıda sunulmuştur.

- Mağaza Yönetimi ve Perakendecilik Eğitim Programı, Bahçeşehir Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi – Beşiktaş
- Rönesans Akademi / İleri Satış Teknikleri Ve Satış Yönetimi
- SEYP - Satış Elemanı Yetiştirme Programı, Metro Cash&Carry
- Hacettepe Eğitim Vakfı, Azarlama Yönetimi Ve Profesyonel Satış Teknikleri Sertifika Programı

- T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Çıraklık Ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü, Satış Elemanı Modül Programı, ANKARA – 2005
- M.E.B. Çıraklık Ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü Satış Elemanlığı Alanı Kalfalık Çerçeve Öğretim Programı, ANKARA – 2005.
- Kocaeli Meksa Mesleki Eğitim Merkezi, Perakende Satış Elemanı Sertifika Programı, KOCAELİ – 2005.
- MEGEP (Mesleki Eğitim Ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi) Pazarlama Ve Perakende Satışa Hazırlık, Ankara 2006
- MEGEP (Mesleki Eğitim Ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi) Pazarlama Ve Perakende Alanı Çerçeve Öğretim Programı, Ankara 2006

## BÖLÜM II

### YÖNTEM

Bu bölümünde, problemin çözümünde izlenecek olan yol açıklanmaktadır. Araştırmanın yürütülmesinde izlenen yöntem, araştırmanın evren ve örnekleme, kullanılan veri toplama araçları, elde edilen verilerin analizi ve yorumlanmasında kullanılan istatistiksel yöntem ve teknikler yer almaktadır.

### ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Kozmetik Ürün Satış Elemanı eğitim programı içeriğinin oluşturulmasına ilişkin; çeşitli grupların görüşleri alınacağından araştırmada Tarama Modeline Dayalı Betimsel Araştırma Yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla, veri toplama aracı olarak anket formu geliştirilmiştir. Ankete katılan ilgili grupların görüşlerinin aritmetik ortalamalarının sonucu olarak önerilen konuların program içeriğinde bulunması gerektiği ortaya çıkmıştır.

### EVREN VE ÖRNEKLEM

#### Araştırmanın Evrenini;

- Gazi Üniversitesi Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi A.B.D. öğretim elemanlarının tamamı,
- Adana, Ankara, Aydın, İzmir ve Mersinde bulunan üniversitelerdeki meslek yüksek okullarında görev yapan kuaförlük ve cilt bakımı öğretim elemanlarının tamamı,
- Kocaeli Hereke M.Y.O. Kozmetik Teknolojisi öğretim elemanlarının tamamı,
- Gazi Üniversitesi Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi A.B.D. dan mezun olan Ankara, İzmir, İstanbul, Kocaeli ve Antalya'da görev yapan öğretmenlerin tamamı;

- Ankara ilindeki kozmetik firma satış direktörleri,
- Ankara ilindeki kozmetik ürün satış elemanları,
- Ankara ilindeki kozmetik ürün toptancıları oluşturmaktadır.

### **Araştırmanın Örneklemi;**

- Gazi Üniversitesi Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi A.B.D. dan öğretim elemanının tamamı (6), M.Y.O. kuaförlük ve cilt bakımı öğretim elemanlarından ulaşılabilen 5;
- Gazi Üniversitesi Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Eğitimi A.B.D. dan mezun Ankara, İzmir, İstanbul, Kocaeli ve Antalya'da görev yapan öğretmenlerden ulaşılabilen 81;
- Ankara ilindeki kozmetik firma satış direktörlerinden ulaşılabilen 16,
- Ankara ilindeki kozmetik ürün satış elemanlarından ulaşılabilen 74,
- Ankara ilindeki Kozmetik ürün toptancılarından ulaşılabilen 8 kişi olmak üzere 190 kişi oluşturmaktadır.

### **VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ**

Veri toplama aracı olarak anket formu geliştirilmiştir. Anket verilerinden elde edilen sonuçlara göre program içeriği oluşturulacaktır. Anket formu aşağıdaki işlem basamakları takip edilerek hazırlanmıştır.

- 1- Anket formunda yer alan Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Programının içeriğine ilişkin sorulara kuramsal bir temel oluşturmak amacıyla ulaşılabilen yerli ve yabancı kaynak taraması yapılmıştır.
- 2- Her örneklem grubundan toplam 30 kişiye Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programının içeriğinin belirlenmesi için hazırlanacak ankete ilişkin sorular yöneltilecek uzman görüşü alınmıştır.

- 3- Uzman görüşleri ve literatür taraması ile elde edilen bilgiler doğrultusunda Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Programının içeriği konusunda 106 sorudan oluşan likert tipi anket formu hazırlanmıştır.
- 4- Ankette yer alan katılıyorum seçeneğine 3, kısmen katılıyorum seçeneğine 2 ve katılmıyorum seçeneğine 1 sayısal değerleri verilmiştir.
- 5- Hazırlanan anket örnekleme uygulanmıştır.

## VERİLERİN ANALİZİ

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim programı içeriğinin oluşturulmasına ilişkin örneklem grubunun anket formundaki konulara ilişkin görüşleri ile elde edilen verilerin istatistiksel analizi aşağıdaki sıra izlenerek yapılmıştır.

Örneklem grubunun Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim programı içeriğine yönelik hazırlanan ankete verdikleri cevaplardan elde edilen veriler 3-1 derecelendirme ölçeğinde bilgisayar ortamına aktarılmıştır. SPSS 15.0 programı kullanılarak frekans (N) ve yüzde (%) dağılımları hesaplanmıştır.

Frekans (N) = Belli bir seçeneği tercih eden kişi sayısı

Yüzde (%) = Frekans Sayısı x 100 \ Grubun toplam sayısı

Grupların görüşleri arasında fark olup olmadığını belirlemek üzere Varyans Analizi ve Tukey Testi uygulanmıştır.

Grupların görüşleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığının belirlenmesinde  $p=.05$  anlamlılık düzeyi belirlenmiştir.

Anketlerden elde edilen veriler Tablolar haline getirilerek yorumlanmıştır.

### BÖLÜM III

#### BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırmada ele alınan problemin çözümü için toplanan verilerin istatistiksel çözümlemesi sonucunda elde edilen bulgularla, bu bulgulara dayalı olarak yapılan yorumlar yer almaktadır.

#### A- KİŞİSEL BİLGİLERE İLİŞKİN BULGULAR

**TABLO 1** - Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı İçeriğinde Yer Alması Gereken Dersler ve Konuların Belirlenmesi Amacıyla Hazırlanan Ankete Katılan Grupların Dağılımı

ANKETE KATILAN GRUPLAR	N	%
Branş Öğretmenleri (1)	81	42,6
Kozmetik Ürün Satış Elemanı (2)	74	38,9
Akademisyen (3)	11	5,9
Firma Satış Direktörü (4)	16	8,4
İtiryat Deposu Yöneticisi (5)	8	4,2
TOPLAM	190	100,0

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programı İçeriğinde Yer Alması Gereken Dersler ve Konuların Belirlenmesi amacıyla hazırlanan anket Branş Öğretmenleri (1), Kozmetik Ürün Satış Elemanı (2), Akademisyen (3), Firma Satış Direktörü (4) ve İtiryat Deposu Yöneticisi (5) olmak üzere beş grupta toplam 190 kişiye uygulanmıştır. Tablo 1’de görüldüğü üzere; Branş Öğretmenleri (1) grubu 81 kişiden (N) oluşmakta olup, toplam katılımcılar içinde yüzdesi (%) 42,6;

Kozmetik Ürün Satış Elemanı (2) grubu 74 kişiden (N) oluşmakta olup, toplam katılımcılar içinde yüzdesi (%) 38,9; Akademisyen (3) grubu 11 kişiden (N) oluşmakta olup, toplam katılımcılar içinde yüzdesi (%) 5,9; Firma Satış Direktörü (4) grubu 16 kişiden (N) oluşmakta olup, toplam katılımcılar içinde yüzdesi (%) 8,4 ve İtiryat Deposu Yöneticisi (5) grubu 8 kişiden (N) oluşmakta olup, toplam katılımcılar içinde yüzdesi (%) 4,2'dir.

Verilerin analizi için yapılacak istatistiksel değerlendirmelerin daha sağlıklı olabilmesi için grup bireyi sayısı az olan Akademisyenler (3) Branş Öğretmenleri (1) ile birlikte; İtiryat Deposu Yöneticisi (5) grubu ise Firma Satış Direktörü (4) grubu bireyleri ile birleştirilecektir.

Verilerin analizinde anket grupları, Öğretmenler (1): Branş Öğretmenleri ve Akademisyenleri, Satış Elemanları (2): Kozmetik Ürün Satış Elemanları, Yöneticiler (3): Firma Satış Direktörleri ve İtiryat Deposu Yöneticilerinden oluşacaktır.

**TABLO 2 - Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı**

YAŞ DURUMLARI	N	%
18 - 28 yaş arası	74	39,0
29 - 39 yaş arası	96	50,5
40 - 50 yaş arası	12	6,3
51 yaş ve üzeri	8	4,2
TOPLAM	190	100,0

Tablo 2'de ankete cevap veren katılımcıların %39,0'ının 18 – 28 yaş arası, %50,5'inin 29-39 yaş arası, %6,3'ünün 40 – 50 yaş arası, %4,2'sinin ise 51 yaş ve üzeri oldukları sonucu görülmektedir.

**TABLO 3 - Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı**

EĞİTİM DURUMLARI	N	%
İlköğretim	4	2,1
Ortaöğretim	72	37,9
Ön Lisans	16	8,4
Lisans	66	34,8
Yüksek Lisans	28	14,7
Doktora	4	2,1
TOPLAM	190	100,0

Tablo 3’de ankete cevap veren katılımcıların %2,1’inin ilköğretim, %37,9’unun ortaöğretim, %8,4’ünün ön lisans, %34,8’inin lisans, %14,7’sinin yüksek lisans ve %2,1’inin doktora eğitimi almış oldukları sonucu görülmektedir.

**TABLO 4 - Katılımcıların Çalıştıkları Yere Göre Dağılımı**

ÇALIŞMA ALANI	N	%
Kamu	94	49,5
Özel	94	49,5
Kamu - Özel	2	1,0
TOPLAM	190	100,0

Tablo 4’de ankete cevap veren katılımcıların %68,0’ının kamu sektöründe; %32,0’ının özel sektörde ve %32,0’ının kamu-özel sektörde çalışmakta oldukları sonucu görülmektedir.



**TABLO 5 - Katılımcıların Mesleklerindeki Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı**

DENEYİM DURUMLARI	N	%
5 yıldan az	56	29,5
6 – 10 yıl arası	72	37,9
11 - 15 yıl arası	36	18,9
16 - 20 yıl arası	18	9,5
20 yıl ve üzeri	8	4,2
TOPLAM	190	100,0

Tablo 5’de ankete cevap veren katılımcılardan %29,5’inin 5 yıldan daha az; %37,9’unun 6-10 yıl arası; %18,9’unun 11-15 yıl arası; %9,5’inin 16-20 yıl arası ve %4,2’sinin 20 yıl ve üzeri bir zamandır mesleki faaliyetlerinin olduğu sonucu görülmektedir.

## B- KOZMETİK ÜRÜN SATIŞ ELEMANI EĞİTİM PROGRAMINA İLİŞKİN GÖRÜŞ VE ÖNERİLER

**Tablo 6- Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Programına?” İlişkin Katılımcıların Görüşleri**

BOYUTLAR	Evet		Hayır		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
1. Kozmetik Ürün Satış Elemanı Yetiştirme Programına İhtiyaç Var mı?	182	95,8	8	4,2	190	100,0
2. Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Ön Lisans programı düzeyinde mi olmalı	122	64,2	68	35,8	190	100,0
3. Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Sertifika programı düzeyinde mi olmalı?	128	67,4	62	32,6	190	100,0
4. Türkiye’de Uygulanmakta olan bildiğiniz Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programları var mıdır?	82	43,2	108	56,8	190	100,0
5. Uygulanmakta olan Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Programları ders içerik açısından sizce yeterli midir?	34	17,9	156	82,1	190	100,0
6. Halen çalışmakta olan Konu uzmanı Kozmetik Ürün Satış Elemanlarının bilgi ve becerileri sizce yeterli midir?	34	17,9	156	82,1	190	100,0

- 1- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Yetiştirme Programına İhtiyaç Var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %95,8’inin Evet, %4,2’sinin ise Hayır cevabı vermiş oldukları görülmektedir.
- 2- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Ön Lisans programı düzeyinde mi olmalı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %94,2’sinin Evet, %35,8’inin ise Hayır cevabı vermiş oldukları görülmektedir.
- 3- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Sertifika programı düzeyinde mi olmalı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %67,4’ünün Evet, %32,6’sının ise Hayır cevabı vermiş oldukları görülmektedir.
- 4- “Türkiye’de Uygulanmakta olan bildiğiniz Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programları var mıdır?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %43,2’inin Evet, %56,8’inin ise Hayır cevabı vermiş oldukları görülmektedir.
- 5- “Uygulanmakta olan Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Programları ders içerik açısından sizce yeterli midir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %17,9’unun Evet, %82,1’inin ise Hayır cevabı vermiş oldukları görülmektedir.
- 6- “Halen çalışmakta olan Konu uzmanı Kozmetik Ürün Satış Elemanlarının bilgi ve becerileri sizce yeterli midir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların %17,9’unun Evet, %82,1’inin ise Hayır cevabı vermiş oldukları görülmektedir.

**Tablo 7-** Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Programına İlişkin Görüşlerin Aritmetik Ortalaması Dağılımları

BOYUTLAR	En Düşük Değer	En Yüksek Değer	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
1. Kozmetik Ürün Satış Elemanı Yetiştirme Programına İhtiyaç Var mı?	1,00	2,00	1,96	,20
2. Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Ön Lisans programı düzeyinde mi olmalı	1,00	2,00	1,64	,48
3. Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Sertifika programı düzeyinde mi olmalı?	1,00	2,00	1,67	,47
4. Türkiye’de Uygulanmakta olan bildiğiniz Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programları var mıdır?	1,00	2,00	1,43	,49
5. Uygulanmakta olan Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Programları ders içerik açısından sizce yeterli midir?	1,00	2,00	1,12	,58
6. Halen çalışmakta olan Konu uzmanı Kozmetik Ürün Satış Elemanlarının bilgi ve becerileri sizce yeterli midir?	1,00	2,00	1,24	,50

1- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Yetiştirme Programına İhtiyaç Var mı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Hayır), en yüksek değer (2) (Evet) olup, aritmetik ortalama 1,96, standart sapma ,20 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; katılımcıların, “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programına” ihtiyaç olduğunu çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

2- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Ön Lisans programı düzeyinde mi olmalı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Hayır), en yüksek değer (2) (Evet) olup, aritmetik ortalama 1,64, standart sapma ,48 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; katılımcıların,

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programının Ön Lisans düzeyinde olmasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

3- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Sertifika programı düzeyinde mi olmalı?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Hayır), en yüksek değer (2) (Evet) olup, aritmetik ortalama 1,67, standart sapma ,47 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; katılımcıların, Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programının sertifika programı düzeyinde olmasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

4- “Türkiye’de Uygulanmakta olan bildiğiniz Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programları var mıdır?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Hayır), en yüksek değer (2) (Evet) olup, aritmetik ortalama 1,43, standart sapma ,49 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; katılımcıların, çoğunluğunun Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programları hakkında yeterli bilgilerinin olmadığı söylenebilir.

5- “Uygulanmakta olan Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitimi Programları ders içerik açısından sizce yeterli midir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Hayır), en yüksek değer (2) (Evet) olup, aritmetik ortalama 1,12, standart sapma ,58 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programlarının varlığından haberdar olan katılımcıların, bu programların ders içeriklerini yetersiz gördükleri söylenebilir.

6- “Halen çalışmakta olan Konu uzmanı Kozmetik Ürün Satış Elemanlarının bilgi ve becerileri sizce yeterli midir?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Hayır), en yüksek değer (2) (Evet) olup, aritmetik ortalama 1,24, standart sapma ,50 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; katılımcıların, halen çalışmakta olan konu uzmanı Kozmetik Ürün Satış Elemanlarının bilgi ve becerilerini yetersiz gördükleri söylenebilir.

**Tablo 8 - Anket Gruplarının Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında Yer Alması Düşünülen Derslere İlişkin Görüşleri**

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında Yer Alması Düşünülen Dersler		Görüşler		Olmalı		Kararsız		Olmalı	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1. Satış Psikolojisi	Öğretmenler (1)	-	-	4	4,4	8	95,6		
	Satış Elemanları (2)	4	5,4	2	2,7	8	91,9		
	Yöneticiler (3)	-	-	-	-	4	100,0		
	Tüm Gruplar	4	2,2	6	<b>,2</b>	180	<b>94,6</b>		
2. Mesleki İmaj	Öğretmenler (1)	2	2,2	2	2,2	88	95,6		
	Satış Elemanları (2)	-	-	-	-	73	100,0		
	Yöneticiler (3)	-	-	-	-	24	100,0		
	Tüm Gruplar	2	1,1	2	<b>1,1</b>	186	<b>97,8</b>		
3. Kozmetik Ürünler	Öğretmenler (1)	-	-	2	2,2	90	97,8		
	Satış Elemanları (2)	-	-	-	-	73	100,0		
	Yöneticiler (3)	-	-	2	8,3	2	91,7		
	Tüm Gruplar	-	-	4	<b>2,2</b>	86	<b>97,8</b>		
4. Pazarlama ve Satış Teknikleri	Öğretmenler (1)	-	-	6	,5	86	93,5		
	Satış Elemanları (2)	-	-	2	2,7	2	97,3		
	Yöneticiler (3)	-	-	-	-	4	100,0		
	Tüm Gruplar	-	-	8	<b>4,2</b>	82	<b>95,8</b>		
5. İnsan Kaynakları Yönetimi	Öğretmenler (1)	8	8,7	2	13,0	2	78,3		
	Satış Elemanları (2)	2	2,7	6	8,1	6	89,2		
	Yöneticiler (3)	4	16,7	4	16,7	6	66,6		
	Tüm Gruplar	14	7,4	2	<b>11,6</b>	54	<b>81,1</b>		
6. Sosyal Güvenlik	Öğretmenler (1)	8	8,7	0	21,7	4	69,6		
	Satış Elemanları (2)	4	5,4	2	2,7	8	91,9		
	Yöneticiler (3)	6	25,1	2	8,3	6	66,6		
	Tüm Gruplar	18	9,5	4	<b>12,6</b>	48	<b>77,9</b>		

**Tablo 8 – Anket Gruplarının Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında Yer Alması Düşünülen Derslere İlişkin Görüşlerinin Devamı**

Görüşler Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında Yer Alması Düşünülen Dersler		Olmamalı		Kararsız		Olmalı	
		N	%	N	%	N	%
7. Muhasebe	Öğretmenler (1)	6	7,4	8	19,6	58	63,0
	Satış Elemanları (2)	12	6,2	4	5,4	58	78,4
	Yöneticiler (3)	2	,3	2	8,3	20	83,4
	Tüm Gruplar	30	5,8	24	<b>12,6</b>	136	<b>71,6</b>
8. İlk Yardım Bilgisi	Öğretmenler (1)	2	,2	20	21,7	70	76,1
	Satış Elemanları (2)	8	0,8	6	8,1	60	80,1
	Yöneticiler (3)	6	5,0	-	-	18	75,0
	Tüm Gruplar	16	8,4	26	<b>13,7</b>	148	<b>77,9</b>

1- Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Satış Psikolojisi Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Öğretmenlerin %4,4’ünün Kararsızım, %95,6’sının Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Öğretmenlerin (1) “Satış Psikolojisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Satış Psikolojisi Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Satış Elemanlarının (2) %5,4’ünün Olmamalı, %2,7’sinin Kararsızım, %91,9’unun Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Satış Elemanlarının (2) “Satış Psikolojisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Satış Psikolojisi Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Yöneticilerin (3) tamamının (%100’ünün) Olmalı şeklinde cevap

verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Yöneticilerin (3) “Satış Psikolojisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Satış Psikolojisi Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılanların (tüm grupların) %2,2’sinin Olmamalı, %2,2’sinin Kararsızım, %94,6’sının Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; araştırmaya katılanların “Satış Psikolojisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

2- Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Mesleki İmaj Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Öğretmenlerin %2,2’sinin Olmamalı, %2,2’sinin Kararsızım, %95,6’sının Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Öğretmenlerin (1) “Mesleki İmaj” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Mesleki İmaj Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Satış Elemanlarının (2) tamamının (%100’ünün) Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Satış Elemanlarının (2) “Mesleki İmaj” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Mesleki İmaj Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Yöneticilerin (3) tamamının (%100’ünün) Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Yöneticilerin (3) “Mesleki İmaj” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Mesleki İmaj Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılanların (tüm grupların) %1,1’inin Olmamalı, %1,1’inin Kararsızım, %97,8’inin Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; araştırmaya katılanların “Mesleki İmaj” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

3- Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Kozmetik Ürünler Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Öğretmenlerin %2,2’sinin Kararsızım, %97,8’inin Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Öğretmenlerin (1) “Kozmetik Ürünler” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Kozmetik Ürünler Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Satış Elemanlarının (2) tamamının (%100’ünün) Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Satış Elemanlarının (2) “Kozmetik Ürünler” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Kozmetik Ürünler Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Yöneticilerin (3) %8,3’ünün Kararsızım, %91,7’sinin Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Yöneticilerin (3) “Kozmetik Ürünler” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Kozmetik Ürünler Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılanların (tüm grupların) %2,2’sinin Kararsızım, %97,8’inin Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden



ıkan sonuca göre; araştırmaya katılanların “Kozmetik rnler” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

4- Kozmetik rn Satış Elemanı Eğitim Programında “Pazarlama ve Satış Teknikleri Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan öğretmenlerin %6,5’inin Kararsızım, %93,5’inin Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; ğretmenlerin (1) “Pazarlama ve Satış Teknikleri” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik rn Satış Elemanı Eğitim Programında “Pazarlama ve Satış Teknikleri Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Satış Elemanlarının (2) %2,7’sinin Kararsızım, %97,3’nn Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Satış Elemanlarının (2) “Pazarlama ve Satış Teknikleri” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik rn Satış Elemanı Eğitim Programında “Pazarlama ve Satış Teknikleri Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Yöneticilerin (3) tamamının (%100’ünün) Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Yöneticilerin (3) “Pazarlama ve Satış Teknikleri” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik rn Satış Elemanı Eğitim Programında “Pazarlama ve Satış Teknikleri Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılanların (tüm grupların) %4,2’sinin Kararsızım, %95,8’inin Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; araştırmaya

katılanların “Pazarlama ve Satış Teknikleri” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

5- Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Öğretmenlerin %8,7’sinin Olmamalı, %13,0’ının Kararsızım, %78,3’ünün Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Öğretmenlerin (1) “Kozmetik Ürünlerin İnsan Psikolojisi Üzerindeki Etkisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Satış Elemanlarının (2) %2,7’sinin Olmamalı, %8,1’inin Kararsızım, %89,2’sinin Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Satış Elemanlarının (2) “Kozmetik Ürünlerin İnsan Psikolojisi Üzerindeki Etkisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Yöneticilerin (3) %16,7’sinin Olmamalı, %16,7’sinin Kararsızım, %66,6’sının Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Yöneticilerin (3) “Kozmetik Ürünlerin İnsan Psikolojisi Üzerindeki Etkisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılanların (tüm grupların) %7,4’ünün Olmamalı, %11,6’sının Kararsızım, %81,1’inin Olmalı şeklinde cevap verdikleri

Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; araştırmaya katılanların “Kozmetik Ürünlerin İnsan Psikolojisi Üzerindeki Etkisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

6- Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Sosyal Güvenlik Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Öğretmenlerin %8,7’sinin Olmamalı, %21,7’sinin Kararsızım, %69,6’sının Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Öğretmenlerin (1) “Sosyal Güvenlik” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Sosyal Güvenlik Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Satış Elemanlarının (2) %5,4’ünü Olmamalı, %2,7’sinin Kararsızım, %91,9’unun Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Satış Elemanlarının (2) “Sosyal Güvenlik” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Sosyal Güvenlik Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Yöneticilerin (3) %25,1’inin Olmamalı, %8,3’ünün Kararsızım, %66,6’sının Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Yöneticilerin (3) “Sosyal Güvenlik” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Sosyal Güvenlik Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılanların (tüm grupların) %9,5’inin Olmamalı, %12,6’sının Kararsızım, %77,9’unun Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de

gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; araştırmaya katılanların “Sosyal Güvenlik” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

7- Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Muhasebe Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Öğretmenlerin %17,4’ünün Olmamalı, %19,6’sının Kararsızım, %63,0’ının Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Öğretmenlerin (1) “Muhasebe” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Muhasebe Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Satış Elemanlarının (2) %16,2’sinin Olmamalı, %5,4’ünün Kararsızım, %78,4’ünün Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Satış Elemanlarının (2) “Muhasebe” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Muhasebe Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Yöneticilerin (3) %8,3’ünün Olmamalı, %8,3’ünün Kararsızım, %83,4’ünün Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Yöneticilerin (3) “Muhasebe” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “Muhasebe Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılanların (tüm grupların) %15,8’inin Olmamalı, %12,6’sının Kararsızım, %71,6’sının Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; araştırmaya katılanların “Muhasebe”

dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

8- Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “İlk Yardım Bilgisi Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Öğretmenlerin %2,2’sinin Olmamalı, %21,7’sinin Kararsızım, %76,1’inin Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Öğretmenlerin (1) “İlk Yardım Bilgisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “İlk Yardım Bilgisi Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Satış Elemanlarının (2) %10,8’inin Olmamalı, %8,1’inin Kararsızım, %80,1’inin Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Satış Elemanlarının (2) “İlk Yardım Bilgisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “İlk Yardım Bilgisi Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılan Yöneticilerin (3) %25,0’ının Olmamalı, %75,0’ının Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; Yöneticilerin (3) “İlk Yardım Bilgisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında “İlk Yardım Bilgisi Dersi Olmalı mı” sorusuna ilişkin olarak araştırmaya katılanların (tüm grupların) %8,4’ünün Olmamalı, %13,7’sinin Kararsızım, %77,9’unun Olmalı şeklinde cevap verdikleri Tablo 8’de gözlenmektedir. Bu verilerden çıkan sonuca göre; araştırmaya katılanların “İlk Yardım Bilgisi” dersinin programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

Aşağıda yer alan Tablo 9’da anket gruplarının Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında Yer Alması Düşünülen Alan Derslerine ilişkin görüşlerinin en düşük değeri, en yüksek değeri, aritmetik ortalaması ve standart sapmasının dağılımı yer almaktadır.

**Tablo 9** - Anket Gruplarının Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında Yer Alması Düşünülen Alan Derslerine İlişkin Görüşlerinin Aritmetik Ortalamalarını Dağılımı

BOYUTLAR	En Düşük Değer	En Yüksek Değer	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
1. Satış Psikolojisi	1,00	3,00	2,92	,33
2. Mesleki İmaj	1,00	3,00	2,96	,22
3. Kozmetik Ürünler	1,00	3,00	2,97	,14
4. Pazarlama ve Satış Teknikleri	1,00	3,00	2,95	,20
5. Kozmetik Ürünlerin İnsan Psikolojisi Üzerindeki Etkisi	1,00	3,00	2,73	,58
6. Sosyal Güvenlik	1,00	3,00	2,68	,63
7. Muhasebe	1,00	3,00	2,55	,75
8. İlk Yardım Bilgisi	1,00	3,00	2,69	,61

1- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Satış Psikolojisi Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin araştırmaya katılan “Öğretmenler”, “Satış Elemanları” ve “Yöneticilerden” oluşan grupların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1)

(Olmamalı), en yüksek değer (3) (Olmalı) olup, aritmetik ortalama 2,92, standart sapma ,33 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; ankete katılan ilgili grupların “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Satış Psikolojisi Dersi Olmalı mı?” konusunun programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

2- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Mesleki İmaj Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin araştırmaya katılan “Öğretmenler”, “Satış Elemanları” ve “Yöneticilerden” oluşan grupların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Olmamalı), en yüksek değer (3) (Olmalı) olup, aritmetik ortalama 2,96, standart sapma ,22 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; ankete katılan ilgili grupların “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Mesleki İmaj Dersi Olmalı mı?” konusunun programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

3- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Kozmetik Ürünler Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin araştırmaya katılan “Öğretmenler”, “Satış Elemanları” ve “Yöneticiler”den oluşan grupların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Olmamalı), en yüksek değer (3) (Olmalı) olup, aritmetik ortalama 2,97, standart sapma ,14 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; ankete katılan ilgili grupların “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Kozmetik Ürünler Dersi Olmalı mı?” konusunun programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

4- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Pazarlama ve Satış Teknikleri Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin araştırmaya katılan “Öğretmenler”, “Satış Elemanları” ve “Yöneticiler”den oluşan grupların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Olmamalı), en yüksek değer (3) (Olmalı) olup, aritmetik ortalama 2,95, standart sapma ,20 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; ankete katılan ilgili

grupların “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Pazarlama ve Satış Teknikleri Dersi Olmalı mı?” konusunun programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

5- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin araştırmaya katılan “Öğretmenler”, “Satış Elemanları” ve “Yöneticiler”den oluşan grupların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Olmamalı), en yüksek değer (3) (Olmalı) olup, aritmetik ortalama 2,73, standart sapma ,58 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; ankete katılan ilgili grupların “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi Olmalı mı?” konusunun programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

6- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Mesleki İmaj Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin araştırmaya katılan “Öğretmenler”, “Satış Elemanları” ve “Yöneticiler”den oluşan grupların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Olmamalı), en yüksek değer (3) (Olmalı) olup, aritmetik ortalama 2,68, standart sapma ,63 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; ankete katılan ilgili grupların “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Mesleki İmaj Dersi Olmalı mı?” konusunun programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

7- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, Muhasebe Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin araştırmaya katılan “Öğretmenler”, “Satış Elemanları” ve “Yöneticiler”den oluşan grupların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Olmamalı), en yüksek değer (3) (Olmalı) olup, aritmetik ortalama 2,55, standart sapma ,75 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; ankete katılan ilgili grupların “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim



Programında, Muhasebe Dersi Olmalı mı?” konusunun programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

8- “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, İlk Yardım Bilgisi Dersi Olmalı mı?” sorusuna ilişkin araştırmaya katılan “Öğretmenler”, “Satış Elemanları” ve “Yöneticiler”den oluşan grupların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda en düşük değer (1) (Olmamalı), en yüksek değer (3) (Olmalı) olup, aritmetik ortalama 2,69, standart sapma ,61 bulunmuştur. Bu verilerden çıkan sonuca göre; ankete katılan ilgili grupların “Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında, İlk Yardım Bilgisi Dersi Olmalı mı?” konusunun programda yer almasını çoğunlukla uygun gördükleri söylenebilir.

“Ankete cevap veren grupların Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında yer almasını önerdikleri derslere ilişkin olarak görüşleri arasında anlamlı bir fark var mıdır?” sorusuna cevap aramak üzere hazırlanan ankete katılan gruplar arasında anlamlı görüş farklılığı olup olmadığının belirlenmesi amacıyla 0.05 anlamlılık değeri üzerinden “Tukey Testi” uygulanmıştır.

Çalışmada daha sonra anket gruplarının tek tek dersler ve derslerde yer alması düşünülen konulara ilişkin görüşleri alınmış, alt test puanlarının ortalamaları, standart sapmaları ve F değerleri yorumlanmış, aritmetik ortalamalarının dağılımı değerlendirilmiş, açık uçlu olarak eklemek istedikleri başka ders ve konu olup olmadığı sorulmuş ve bunun sonucunda Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programında yer alması uygun bulunan dersler ve konuları EK-I’de sunulmuştur.

## BÖLÜM IV

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada elde edilen bulgulara dayanılarak Kozmetik sektöründe Kozmetik Ürün Satışı alanında satış elemanı olarak çalışan meslek elemanlarına yönelik eğitim programı içeriğine ilişkin konu ve alt başlıkları aşağıda sunulmuştur.

#### Sonuçlar

Bulgular sonucu elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir;

**Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programının içeriğinde yer alması düşünülen konu ve konu alt başlıklarına ilişkin sonuçlar;**

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programına **ihtiyaç var mıdır** sorusuna, araştırmaya katılan örneklem grubunun **%95,8'i** Evet diyerek uygun bulmuşlardır.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programının **Sertifika düzeyinde** olmasını, araştırmaya katılan örneklem grubunun **%67,4' ü** Evet diyerek uygun bulmuşlardır.

Uygulanmakta olan bildiğiniz Kozmetik ürün satış elemanı **eğitim programı var mıdır** sorusuna **%82.1 Hayır** cevabını vermiştir.

Halen çalışmakta olan Kozmetik ürün satış elemanlarının **bilgi ve becerileri sizce yeterli midir** sorusuna **%82.1 Hayır** cevabını vermiştir.

Satış Psikolojisi konusunda örneklem grubu bütün konu alt başlıklarının olmasını istemiştir.

Mesleki İmaj konusunda örneklem grubu bütün konu alt başlıklarının olmasını istemiştir.

Kozmetik Ürünler konusunda örneklem grubu bütün konu alt başlıklarının olmasını istemiştir.

Pazarlama ve Satış Teknikleri konusunda örneklem grubu bütün konu alt başlıklarının olmasını istemiştir.

İnsan Kaynakları Yönetimi konusunda örneklem grubu bütün konu alt başlıklarının olmasını istemiştir.

Muhasebe konusunda örneklem grubu bütün konu alt başlıklarının olmasını istemiştir.

İlk yardım bilgisi dersinin programda olması istenmiştir.

Açık uçlu sorulardan alınan görüşler çerçevesinde **Kimya, Anatomi, Mesleki Yabancı Dil, Saç v Cilt Bakımı ve Diksiyon** derslerinin de sözkonusu program içinde yer alabileceği görülmüştür.

Örneklem grubu anket haricinde ders içerikleriyle ilgili ekleyecek başka konular olup olmadığını belirttikleri açık uçlu soruda; tüm katılımcılar **Hayır** cevabını vermiştir.

Örneklem grubunun içeriğin belirlenmesi amacıyla oluşturulan ankete verdikleri cevaplar sonucunda, ankette yer alan **8 konu başlığı aynen kabul görmüştür.**

## Öneriler

Kozmetik ürün satış elemanı eğitim programı, sertifika programı olarak açılmalıdır,

Kozmetik ürün satış elemanı çalıştıran işletmeler bu eğitim programını desteklemeli ve eğitimini tamamlamış kişileri işletmelerinde istihdam etmelidirler,

Mevcut işletmelerde çalışmakta olan kozmetik ürün satış elemanlarının bu eğitim programı ile eğitime tabi tutularak bilgi ve becerileri geliştirilmelidir,

Tüm özel eğitim kuruluşları ihtiyaca yönelik eleman yetiştirmede Sertifika eğitim programları düzenlemelidirler ve bu programlar önerilen eğitim programının içeriği ile uyumlu olmalıdır,

İlk yardım dersinin konuları Sağlık Bakanlığı İlk Yardım Yönetmeliğine

(Resmi Gazete : Tarih: 22.05.2002 Sayı: 24762) göre belirlenmiş olup, önerilen ders içeriklerinde belirtilmiştir.

Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programının oluşturulması ve uygulanması durumunda yetişen ürün satış elemanları daha bilgili ve beceri sahibi olacaklardır.

## KAYNAKÇA

- ACNIELSEN. (2005). **Türkiyede Kozmetik Sektörünün Durumu.** Araştırma Hizmetleri A.Ş. İstanbul.
- AKGÜL, Ferda. (2004). **Modüler Öğretim Kuramdan Uygulamaya.** Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- AKYÜZ, Yahya. (1997). **Türk Eğitim Tarihi,** İstanbul, İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, 6.baskı.
- ALKAN, Cevat, H. DOĞAN, İ. SEZGİN. (1994). **Mesleki ve Teknik Eğitimin Esasları: Kavramlar, Gelişmeler, Uygulamalar, Yönelmeler.** Ankara: G.Ü. İletişim Fakültesi Basımevi.
- ALPMEN, BAYRAKTAR, Gülsen (1998). **Hekimler Birliği Vakfı Türkiye Klinikleri Kozmetoloji Dergisi,** İstanbul.
- ALPMEN, BAYRAKTAR, Gülsen. (1978). **Kozmetik Preparatlar.** İstanbul.
- ALTINTAŞ, Hasret (2005). **Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Öğretmenlik Programında Yer Alan Cilt Bakım Kozmetikleri ve Bakım Teknikleri I-II ve Uygulamaları Derslerinin İçeriğine İlişkin Görüşler,** Ankara, (Yayınlanmamış Y.L. Tezi).
- AMATO, Yasemin Fatih (2004). **Güzel Ol, Bugün Yarın ve Daima,** Doğan Kitap, İstanbul.
- ANA BRITANNICA; (1993). “Hürriyet Ofset” Cilt 13, , İstanbul.
- ANDERSON, Rolph E. (2004). **Personal Selling : Achieving Customer Satisfaction And Loyalty,** Houghton Mifflin. Boston.
- ARIKAN, Rauf (2000). **Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma.** Gazi Kitabevi, Ankara.
- ARSEVEN, Ali. (2001). **Alan Araştırma Yöntemi.** Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Auer, J. T. (1992) **Satış teknikleri;** çeviren, Gündüz Egemen Rota, İstanbul.
- Avrupa Kozmetik Yasası,** (27 Temmuz 1976). 1.madde.
- AYDIN, Semiha ve diğerleri. (1988). **Genel Öğretim Yöntemleri.** Ankara: G.Ü. Mesleki Eğitim Fakültesi Yayın No: 20.

- Ayhan, Doğan Y. (1989) **Tezgahtar Satıcılık**. Devlet Bakanlığı yayın no. 37, Ankara.
- BARNES, Letha. (2001). **Milady's Master Educator Student Course Book**. United States.
- BAŞARAN, İbrahim Ethem. (1982). **Eğitim Psikolojisi**, Ankara, Emel Matbaacılık.
- BAŞBAKANLIK,(2005). T.C. Resmi Gazete. **Kozmetik Yönetmeliği**. Ankara.
- BİNBAŞIOĞLU, Cavit. (1988). **Eğitime Giriş**. Ankara: Binbaşioğlu Yayınevi.
- BİNBAŞIOĞLU, Cavit. (1995). **Eğitim Psikolojisi**, Ankara, Yargıcı Matbaası, 9. baskı, s:14.
- BÜYÜK LAROUSSE** (1992). Milliyet Ofset Cilt 14, Sayfa 7030, İstanbul
- BÜYÜKKARAGÖZ, Savaş. (1997). **Program Geliştirme**, Konya, Öz Eğitim Yayınları, 2. baskı.
- CAN, Halil, KAVUNCUBAŞI, Ş. (2005). **Kamu ve Özel Kesimde İnsan Kaynakları Yönetimi**.
- Casson, Herbert N. (2006) **Satış sanatı ve pazarlama**; yayına hazırlayan, Kadem Çalış. Hayat, İstanbul.
- CEYLAN, Memduh. (1994). *Meslek Kazandırma Kursları*. **Çağdaş Eğitim Dergisi (Ekim)**, Ankara.
- ÇIRAKLIK VE MESLEKİ-TEKNİK EĞİTİM KONSEY RAPORU. (1990). **Çıracılık ve Mesleki- Teknik Eğitim Konseyi Mesleki Standartlar, Araştırma ve Program Geliştirme Raporu**. Milli Eğitim Basımevi. Ankara.
- ÇİLENTİ, Kamuran. (1991). **Eğitim Teknolojisi ve Öğretim**. Ankara: Kadioğlu Matbaası.
- DEĞER, Mehmet, (2002). **Online Kozmetoloji Dergisi**, Sayı: 2, Cilt 1
- DEMİREL, Özcan, S. SEFEROĞLU ve E.YAĞCI. (2001). **Öğretim Teknolojileri ve Materyel Geliştirme**. Ankara: Pegem Yayıncılık.

- DEMİREL, Özcan. (1999). **Planlamadan Değerlendirmeye Öğretme Sanatı**. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- DEMİREL, Özcan. (2000). **Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Program Geliştirme**. Ankara: Pegem yayıncılık.
- DEMİREL, Özcan, (2005). **Eğitimde Program Geliştirme**, Ankara, Pegem A Yayıncılık, 7. baskı.
- DOĞAN, Ergün, (1987). **Sosyoloji ve Eğitim**, V Yayınları, Ankara.
- Doğan, Feyza Çiloğlu. (2006). **Satış elemanı gözüyle müşteri odaklı satış kavramı üzerine bir saha çalışması**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- DOĞAN, Hıfzı. (1979). **Analiz ve Program Hazırlama**. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları No: 81.
- DOĞAN, Hıfzı. (1997). **Eğitimde Program ve Öğretim Tasarımı**. Ankara: Önder Matbaacılık.
- EASEY, Mike (2002). **Fashion Marketing**. Avustralya : Blackwell Publishing.
- EATON, Ann & OPENSHAW, Florence (2000). **Kozmetik Makyaj ve Manikür**, İstanbul.
- EATON, Ann ve F. OPENSHAW. (1995). **Kozmetik Makyaj ve Manikür**, Çev. Nursel FIRAT. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları. Ankara.
- ERTÜRK, Selahattin, (1998). **Eğitimde Program Geliştirme**, Ankara.
- ERTÜRK, Selahattin. (1998). **Eğitimde “Program” Geliştirme**. Ankara: Meteksan A.Ş.
- FİDAN, Nurettin, ERDEN, Münire. (1998). **Eğitime Giriş**, İstanbul, Alkım Yayınevi.
- FİDAN, Nurettin. (1996). **Okulda Öğrenme ve Öğretme**. Ankara: Alkım Yayınları.
- GEDİKOĞLU, Şevket. (1991). **Türkiye’de Yaygın Eğitimden Çağdaş Halk Eğitimine**, Kadioğlu Matbaası, ANKARA.

- GERSON, Joel. (1999). **Standard Textbook for Professional Estheticians**. United States of America: Milady Thomson Learning, 435-504.
- H, C, BAŞER ve Y, YAZAN (Ed.), **Üçüncü Uluslararası Kozmetik Sempozyumu Bildiriler Kitabı**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No. 557, 19-49.
- HEAVILIN, Shelly (Ed.). (2002). **Milady's Illustrated Cosmetology Dictionary**. Canada: Milady Thomson Learning.
- Hekimler Birliği Vakfı Türkiye Klinikleri, (1998: 1). **Kozmetoloji**
- HUTH, Harvey, J. YAHM. (1991). **The Competency-Based Curriculum for Cosmetology**. Milady Publishing Company, USA, 31-32, 43, 122-124, 135, 148.
- KARAAĞAÇLI, Mustafa. (1998). *Temel İş Düzeyinde Öngörülen Mesleki Standart Boyutları*. **16. Milli Eğitim Şurası Hazırlık Dökümanı**. Ankara.
- KARAÇİVİ, Ceyda. (1996). **Türkiye'de Mesleki Teknik Eğitim**. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- KARASAR, Niyazi. (1985). **Arastırmalarda Rapor Hazırlama**. Ankara.
- KARASAR, Niyazi. (1985). **Bilimsel Arastırma Yöntemi**. Ankara.M.E.B Çevirisi, Ankara.
- KIŞLALIOĞLU, Serpil. (2004). *Kozmetoloji Bilimi*. Y, Yazan (Ed.), **Kozmetik Bilimi**. İstanbul: Nobel Tıp Kitapevleri, 3-9.
- KNOWLTON, John ve S. PEARCE. (1996). **Handbook of Cosmetic Science and Technology**. s:121. U.K.
- Kozmetoloji Dergisi**. Türkiye Klinikleri, sayı: 1. *They Are Today*.
- M.E.B. (1973). **1739 Sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu**. Ankara.
- M.E.B. (1990). **Çıracılık ve Mesleki Teknik Eğitim Konseyi: Görüşmeleri ve Kararları**. Ankara (Mayıs).
- M.E.B. (2001). **4702 Sayılı Kanun**. Ankara.



- M.E.B. (2006). *Program Geliştirme Çalışmaları*. **MEGEP Bülten**. Ankara: Mesut Matbaası, 6-7 Özel Sayı: 10.
- M.E.B. Öğretmen Yetiştirme ve Eğitimi Genel Müdürlüğü. (2002). **Öğretmen Yeterlikleri**. Ankara.
- MEYDAN LAROUSSE**; (1992). Büyük Lugat ve Ansiklopedi , Sabah Yayınları, Cilt 11, Sayfa 515, İstanbul
- MISIRLI, İrfan. (1998). **Türkiye’de Ulusal Meslek Standartları ve Mesleki Belgelendirme Sistemi (Turizm Sektörü Örneği)**. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Doktora tezi).
- MILADY. (2000). **Milady’s Standart Textbook of Cosmetology**. United States of America: Milady Thomson Learning.
- NARDAN, Nesrin. (2005). **Türkiyede’deki Kozmetoloji Profesyonellerinin Nicelik ve Eğitim Düzeylerinin Belirlenmesi**. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- NORDMANN, Corraine. (2005). **Professional Beauty Therapy: The Official Guide to Level 3**. Thomson Learning, London.
- ÖZÇELİK, Durmus A. (1989).**Eğitim Programları ve Öğretim**.Anlara: ÖSYM Yayınları 8.
- ÖZÇELİK, Durmuş, A. (1988). *Mesleki Yeterliğin Ölçülmesi*. **Mes. ve Tek. Eğitim Semp. -88**. Ankara: MEB, 24-25 Şubat 1988:1-36.
- ÖZÇELİK, Durmuş, A. (1989). **Eğitim Programları ve Öğretim**. Ankara: ÖSYM Eğitim Yayınları 8.
- ÖZDEŞ, A. Taner (2007). **Satışın 10 Altın Kuralı**. İstanbul: MEDIACAT Kapital Medya.
- ÖZTÜRK, Melek (2004) **Öğretimi Planlama, Uygulama ve Değerlendirme**, Ankara.
- PELOSÍ, Rosina, B. Sc. Hons, Çeviren: Ömür UÇAR, (Sayı 2, Cilt 1, Yıl: 2002). **Online Kozmetoloji Dergisi**
- PELOSÍ, Rosina. (2002). *Kozmetikler ve Yaşam Kalitesi. İyi Görün ve İyi Yaşa*.**Uluslararası Kozmetik Kimyacılar Derneği**. (1).

- PELOŞİ, Rosina. ve S.HONS.(2001). Cosmetics and Quality of Life - Look Good, Live Better. IFSCC Magazine. 4 (4), 291-292.
- RAYNER, Victoria. (1993). **Clinical Cosmetology**. New York.
- Resmi Gazete 07.06.2005 Tarihli 2684 Sayılı, “**Kozmetik Yönetmeliği**”.
- Resmi Gazete 24.03.2005 Tarihli 5324 Sayılı, “**Kozmetik Kanunu**”.
- Resmi Gazete 22.05.2002 Tarihli 24762 Sayılı “**Sağlık Bakanlığı İlk Yardım Yönetmeliği**”
- SELÇUKİ, K. Dilek. (2003). **Kozmetik Ürünler Rehberi**. İstanbul.
- SEZGİN, S. İlhan. (1980). **Becerili İnsan Gücünün Yetiştirilmesi Araştırması**. Ankara: M.E.B Etüt ve Programlama Dairesi Yayını, 173.
- SEZGİN, S. İlhan. (1982). *Mesleki Eğitimin Kapsam ve Gelişimi, Türkiye’de Meslek Eğitimi ve Sorunları*. Ankara: Türk Eğitim Der. Yay.
- SEZGİN, S. İlhan. (1994). **Mesleki ve Teknik Eğitimde Program Geliştirme**. Ankara.
- SEZGİN, S. İlhan. (1999). *21. Yüzyılın Eşiğinde Türk Mesleki ve Eğitim Sistemi Gelişmeler, Sorunlar ve Çözümler*. E.Y.U.S. 5. Ankara.
- Smith, Homer B. (1992). **Satış ve pazarlık**; çeviren, Fatoş Alever. Rota, İstanbul.
- Soysal, Suat. (2000) **Marketlerde mükemmel hizmet ve etkili satış teknikleri**. Gümüşüğü, İstanbul
- SÖNMEZ, Veysel. (1999). **Program Geliştirmede Öğretmen El Kitabı**. Ankara.
- ŞENOL, A. & GÜLAY, H.; “**Kozmetiğe Giriş**”, 2002, Kocaeli.
- ŞENOL, Aysel, “**Toksikoloji ve Hijyen**”, 2002, Kocaeli.
- ŞENOL, Aysel. (2002). *Dünden Bugüne Kozmetik*. **Kozmetoloji Dergisi**. (4).
- T.C SAĞLIK BAKANLIĞI. (2005). **5324 Sayılı Kozmetik Kanunu**. Ankara.

- TANSEL, A. (1999). **Türkiye’de genel eğitimle mesleki eğitimin karşılaştırması ve eğitimin işgücü piyasası açısından sonuçları**, ERF raporu 9905.
- Taşkın, Erdoğan. (2001).**Satış yönetimi eğitimi**. Papatya, İstanbul.
- Taşkın, Erdoğan. (2003).**Satış teknikleri eğitimi** Papatya, İstanbul
- TEKİN, Halil. (1991). **Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme**. Ankara: Yargı Yayıncılık.
- TESK, (2006). [www.tesk.org.tr](http://www.tesk.org.tr)
- TISK. (1997); **Türkiye’de ve Dünyada Mesleki Eğitim**, Tisk Yayın No:168, Ankara.
- TÜRK, Ercan. (1999). **Türk Eğitim Sistemi**, Nobel Yay. Ankara. ,
- TÜRKİYE İŞ KURUMU GENEL MÜDÜRLÜĞÜ. (2004). **Türk Meslekler Sözlüğü**. <http://www.iskur.gov.tr/mydocu/sozluk.html>
- Türkiye Klinikleri (2002;3:3) **Kozmetoloji Dergisi**. Eylül
- TÜRKOĞLU, Adil (1997). **Eğitim Bilimine Giriş**, Memleket Gazetecilik ve Matbaacılık, İzmir.
- UÇAR, Ömür (2004). **Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Öğretmenlik Programında Yer Alan Kozmetik Ürünler I ve Kozmetik Ürünler II Derslerinin İçeriğine İlişkin Görüşler**, Ankara (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- UÇAR, Ömür. (2004). **Kua. ve Güz. Bilgisi Öğretmenlik Programında Yer Alan Kozmetik Ürünler I ve Kozmetik Ürünler II Derslerinin içeriğine İlişkin Öneriler**. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Yayınlanmamış YL. Tezi)
- VARIŞ, Fatma (1996). **Eğitimde Program Geliştirme**, 6. Baskı, Ankara.
- VARIŞ, Fatma. (1996). **Eğitimde Program Geliştirme**. Alkım Kitapçılık Yayıncılık, Ankara.
- Y.YAZAN (Ed.). **Third International Cosmetics Symposium**. Eskişehir.

YALKIN, Suat. (2002). **Mesleki Eğitim ve İstihdam Konulu Uluslar Arası Seminer**. Kızılcahamam.

YAMAMOTO, Gonca Telli. (2001). **Satış ve Satış Gücü Yönetimi**, Literatür Yay.

YEDİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI. (1996). **Kozmetik Raporu**. Ankara.

### **İnternet Adresleri:**

**Canadian Cosmetics Careers Association**, Cosmetics Correspondence Course  
<<http://www.cccacosmetics.com/cosmetics.html> (2008, Haziran)>

Çelebi, C.R. (2002:1:1), **Online Kozmetoloji Dergisi**, <<http://www.dermaneturk.com/OKD.asp> (2006, Eylül 27)>

Çelebi, C.R. (2002:2:1), **Online Kozmetoloji Dergisi**, <<http://www.dermaneturk.com/OKD.asp> (2006, Eylül 27)>

Çelebi, C.R. (2002:1:1), Kozmetoloji Dünyasına Girerken, **Online Kozmetoloji Dergisi**, <<http://www.dermaneturk.com/OKD.asp> (2006, Eylül 27)>

Tunalı, İ. (2004, Şubat 5), Türkiye’de İşgücü Piyasası ve İstihdam Araştırması - **Türkiye İş Kurumu**  
<<http://www.iskur.gov.tr/mydocu/istihdamdurumraporu/İstihdam%20Durum%20Raporu.doc> (2006, Eylül 27)>

**Kocaeli Meksa Mesleki Eğitim Merkezi Perakende Satış Elemanı Sertifika Programı**, (2005)  
<<http://www.kocaelimeksa.org/content3.asp?m1=1&m2=8&m3=1> (2006, Eylül 27)>

**Kozmetik ve Tuvalet Müstahzarları Üreticileri Derneği**  
<<http://www.tksd.org.tr/kozmetik/kozmetik.htm> (2005, Eylül 02)>

## **EKLER**

**EK I - Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programının içeriği için önerilen konu ve konu alt başlıkları aşağıda belirtilmiştir;**

### **1. Satış Psikolojisi**

- 1-1. Psikoloji’de temel kavramlar
- 1-2. Müşteri psikolojisi
- 1-3. Zihinsel rahatlama
- 1-4. Boş zamanlarını değerlendirme (rekreasyon)
- 1-5. Kozmetik Ürünlerin İnsan psikolojisi üzerindeki etkisi

### **2. Mesleki İmaj**

- 2-1. Kişisel ve mesleki sağlık
- 2-2. Fiziki duruş
- 2-3. Kişilik
- 2-4. Müşteri ile etkili iletişim unsurları
- 2-5. Meslekte profesyonel insan ilişkileri
- 2-6. Profesyonel Etik

### **3. Kozmetik Ürünler**

- 3-1. Kozmetik Ürünlerin Kimyası
- 3-2. Kozmetik Ürünlerde bulunan aktif maddeler
- 3-3. Kozmetik ürünlerin sınıflandırılması
- 3-4. Kozmetik kavramının uygarlıklara göre tarihsel gelişimi
- 3-5. Kozmetik – Kozmesötiklerin genel kullanım amaçları
- 3-6. Kozmetiklerin yapısına giren maddelerin kullanım amaçları
- 3-7. Kozmetiklerin yapısına giren maddelerin INCI, CTFA, Jenerik’e göre isimlendirilmesi
- 3-8. Kozmetik ürünlere yapılan testler
- 3-9. Kozmetik ürünlerin yol açtığı istenmeyen durumlar
- 3-10. Kozmetik ürünlerin ambalajlanması
- 3-11. Kozmetik ürünlere yasal düzenlemeler
- 3-12. Cilt Bakım Kozmetikleri

- 3-13. Saç Bakım Kozmetikleri
- 3-14. Saç Deri Bakım Kozmetikleri
- 3-15. Vücut Bakım Ürünleri
- 3-16. Ağız Bakım Ürünleri
- 3-17. Dekoratif Kozmetik Ürünler / Makyaj Ürünleri
- 3-18. Parfümler
- 3-19. Kozmetik Ürün Uygulamaları

#### **4. Pazarlama ve Satış Teknikleri**

- 4-1. Mamül
- 4-2. Pazar bölümlendirme ve pazarlama sistemleri
- 4-3. Tüketici özellikleri ve belirlenmesi
- 4-4. Fiyatlandırma
- 4-5. Dağıtım
- 4-6. Müşteri İlişkilerinde iyi bir satış elemanının özellikleri
- 4-7. Müşteri ile iyi ilişkiler kurma
- 4-8. Müşteri itirazlarını sonuçlandırma ve sorunları çözme
- 4-9. Mağazaların satış politikaları
- 4-10. Tutundurma

#### **5. İnsan Kaynakları Yönetimi**

- 5-1. İşletme çeşitleri
- 5-2. Öğrenme ve öz yönetim
- 5-3. İletişim
- 5-4. Takım çalışması
- 5-5. Düşünme Becerileri
- 5-6. Örgütte Çatışma ve Giderilmesi
- 5-7. Öğrenen Örgütler
- 5-8. Yalın Örgütler
- 5-9. Başarılı ve Uygulanabilir iş fikri belirleme
- 5-10. Çalışma programı hazırlama
- 5-11. Toplam Kalite Yönetimi

#### **6. Sosyal Güvenlik**

- 6-1. İş hukuku

6-2. İşyeri güvenliği ve tehdit edici unsurlar

6-3. Hijyen

6-4. Meslek hastalıkları

6-5. Kaza ve yaralanma

6-6. Yangın

6-7. Sektörel Çevre Sorunları

6-8. Hava Kirliliği

6-9. Su Kirliliği

6-10. Toprak Kirliliği

6-11. Gürültü Kirliliği

6-12. Enerji

## **7. Muhasebe**

7-1. Muhasebe

7-2. Faturalar

7-3. Satış Fişleri

7-4. Gider pusulası

7-5. Serbest meslek makbuzu

7-6. İrsaliye

7-7. Çek / Senet

7-8. İşletme defteri

7-9. Kasa defteri

7-10. Yevmiye (Günlük) defteri

7-11. Defter-i Kebir (Büyük defter)

7-12. İşletme hesabı özeti

7-13. Mizanlar

7-14. Gelir Tablosu

7-15. Bilançolar

7-16. Vergide geçen kavramlar

7-17. Gelir vergisi ve gelir vergisi beyannamesi

7-18. Kurumlar vergisi ve kurumlar vergisi beyannamesi

7-19. Katma değer vergisi ve katma değer vergisi beyannamesi

7-20. Stopajlar ve muhtasar beyannameler

## 8. İlk Yardım

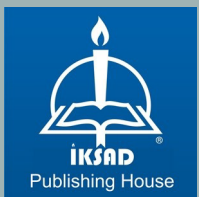
- 8-1. Genel İlk Yardım Bilgileri
- 8-2. Hasta / Yaralının Ve Olay Yerinin Değerlendirilmesi
- 8-3. Temel Yaşam Desteği
- 8-4. Kanamalarda İlk Yardım
- 8-5. Yaralanmalarda İlk Yardım
- 8-6. Yanık Donma Ve Sıcak Çarpmalarında İlk Yardım
- 8-7. Kırık, Çıkık Ve Burkulmalarda İlk Yardım
- 8-8. Bilinç Bozukluklarında İlk Yardım
- 8-9. Zehirlenmelerde İlk Yardım
- 8-10. Hayvan Isırmalarında İlk Yardım
- 8-11. Göz, Kulak Ve Buruna Yabancı Cisim Kaçmasında İlk Yardım
- 8-12. Boğulmalarda İlk Yardım
- 8-13. Hasta / Yaralı Taşıma Teknikleri

**EK II** - Anket Gruplarından Kozmetik Ürün Satış Elemanı Eğitim Programına “Eklemek İstedığınız Dersler Var mı?” şeklindeki açık uçlu soruya Evet cevabını veren 46 kişinin (%24,2) program içeriğine eklenebileceğini düşündüğü dersler tablosu aşağıda belirtilmiştir;

Ders	N
Anatomi	7
Kimya	6
Mesleki İngilizce	5
Saç ve Cilt Bakımı	5
Diğer	5
Diksiyon	5
Müşteri İlişkileri Yönetimi	4
Hijyen	3
Marka Yönetimi	3
Örgütsel Psikoloji	3
<b>Toplam</b>	<b>46 (%24,2)</b>







ISBN: 978-625-367-480-9