

DÜZEY B1&B2 Avrupa Konseyi'nin Ortak Avrupa Çerçevesi doğrultusundadır.
BÖLÜM 2 Yazma ve Başkalarına Bilgi İletme Becerisi

D Ö N E M
Kasım 2019

1. ETKİNLİK

Çocukluk dergisi köyde yaşayan çocuklardan e-postalar göndermelerini ve köyde hayatın nasıl olduğunu anlatmalarını istiyor. Aşağıdaki yazıyı Kezban gönderdi ve köyde yaşamının iyi yönlerini anlattı. Siz de bu yazıyı model alarak **köyde yaşamının olumsuz yönlerini anlattığınız bir e-posta yazın.** (Yaklaşık 80 sözcük).
E- postayı Pelin ya da Rifat olarak imzalayın.

Köyümüzde Hayat



Köyümüz, başkente 200 km. uzaklıkta. Köyümüzde en çok meyve ağaçları ve hayvanlar vardır. İnsanlar hem meyveleri satarak hem de hayvanların ürünlerini satarak para kazanırlar. Köyümüzde hava her zaman tertemizdir. Yediğimiz, içtiğimiz her şey köyün temiz havasında yetişen ağaçlardan, bitkilerden ve bu temiz havada büyüyen hayvanlardan gelir. Köyümüz çok büyük olmadığı için herkes birbirini tanır ve sever. Herkes birbirine yardımcı olur. Köyümüzün okulu da çok güzeldir. Okulumuzda çok öğrenci yok, bu yüzden öğretmenimiz bizimle çok yakından ilgilenir. Ben köyde yaşamayı çok seviyorum.

Pelin / Rifat



2. ETKİNLİK

"İyi yaşam şekilleri" başlıklı bir bloğa çocuklarınızı kırsal bir bölgede mi, (köy, kasaba gibi) yoksa büyükşehirde mi büyütme konusundaki tercihinizi, iki durumu da **karşılaştırarak** açıklayın. (Yaklaşık 100 sözcük).
Yazınızda aşağıdaki ipuçlarından yararlanabilirsiniz.



- Etkinlikler
- Sosyalleşme
- Doğa
- Trafik
- Stres



.....
.....
.....
.....
.....

DİKKAT

- Konuyla ilgili yazıları verilen defterciğe yazınız.
- Lacivert ya da siyah tükenmez kalemle yazınız.
- Bütün konuları yazmalısınız. Her konuyu ayrı sayfaya yazınız.
- Sınav süresi: **85 dakika**.

3. ETKİNLİK

Pazarlama üzerinde öğrenimini gören kız arkadaşınız Yeşim, Yunanlıların diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, internetten alışveriş yapma alışkanlıklarının olup olmadığı konusunda bilgi sahibi olmak istiyor. **Siz bu konuda, arkadaşınıza yardımcı olmak için, aşağıdaki makaleden yararlanarak ona bir e-posta yazıp diğer Avrupa ülkeleriyle karşılaştırıldığında Yunanlıların internetten alışveriş alışkanlıkları hakkındaki bilgileri onunla paylaşın.** (Yaklaşık 80 sözcük).

E-postayı Kostas veya Dina olarak imzalayın.

Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ | ΑΠΟΦΕΙΣ | ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ | ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ | ΠΡΟΣΩΠΑ | ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ 'Κ' | ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ | VIDEO | ΤΑΞΙΔΙΑ | ARCHITECTURE | ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΟΣ | ΚΒΛΟΓΕΣ | ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΗ | 100 ΧΡΟΝΙΑ 'Κ'

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ | ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ | REAL ESTATE

Στα 5 δισ. προβλέπονται οι online αγορές των Ελλήνων φέτος



Περίπου 4 εκατομμύρια Έλληνες ή το 40% του πληθυσμού αναμένεται φέτος να αγοράσουν online προϊόντα ή/και υπηρεσίες. Η αξία των αγορών τους αναμένεται να ξεπεράσει τα 5 δισ. ευρώ, με την αγορά της «παραγγελίας έτοιμου φαγητού» να επιτυγχάνει τη μεγαλύτερη άνοδο.

Οι ηλεκτρονικές αγορές στην Ελλάδα και το εξωτερικό: Σύμφωνα με τη μελέτη του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, το λιανικό ηλεκτρονικό εμπόριο παρότι είναι ανερχόμενο, υστερεί σε σχέση με το εξωτερικό. Για παράδειγμα, ενώ στην Ελλάδα αγοράζουν οι 4 στους 10 ηλεκτρονικά, στις ευρωπαϊκές χώρες το ποσοστό όσων αγοράζουν ηλεκτρονικά ανέρχεται σε 75%.

Κορυφαίες κατηγορίες ηλεκτρονικών αγορών στην Ελλάδα: Κορυφαίες κατηγορίες online αγορών που πραγματοποιούν οι Έλληνες είναι η «διαμονή σε καταλύματα» (με το 50% των απαντήσεων), «ταξιδιωτικές υπηρεσίες» (46%), «έτοιμο φαγητό» (43%), «ένδυση / υπόδηση» (42%), «εξοπλισμός Η/Υ» (41%), «ηλεκτρονικές συσκευές» (40%) κ.ά.

Σύμφωνα με τη μελέτη του Eltrun, μέσα στη χρονιά δεν αναμένονται σημαντικές αλλαγές στην κατάταξη αυτή.

Αύξηση παραγγελιών έτοιμου φαγητού και οι αιτίες: Η κατηγορία με τη μεγαλύτερη αύξηση το 2018 ήταν «παραγγελία έτοιμου φαγητού» που έφθασε τα 500 εκατ. ευρώ σε αξία online αγορών.

Σύμφωνα με τους μελετητές, αυτό οφείλεται στη σοβαρή πλέον συνήθεια για online παραγγελία έτοιμου φαγητού στις νέες διατροφικές συνήθειες της γενιάς της «χιλιετίας», στις σημαντικές επενδύσεις σε ψηφιακές υπηρεσίες που έκαναν οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου «food-to-go» αλλά και στα αποτελεσματικά κανάλια διανομής και εξυπηρέτησης από μικρότερες εταιρείες. Σύμφωνα με το Eltrun, περίπου το 50% των online αγοραστών παραγγέλνουν φαγητό στο σπίτι και το 30% στην εργασία.

Το αδύνατο σημείο των ηλεκτρονικών αγορών: Η μελέτη ακόμη παρουσιάζει ότι τα ηλεκτρονικά καταστήματα και επιχειρήσεις στην Ελλάδα λειτουργούν χωρίς καμία πιστοποίηση για τις υπηρεσίες τους. Από τις 7.000 που προσφέρουν online προϊόντα και υπηρεσίες, μόνον οι 160 έχουν λάβει «σήμα εμπιστοσύνης (trustmark)» από κάποιον φορέα.



4. ETKİNLİK

Üniversitenin aylık bir dergisinde yayınlanmak üzere, yukarıda sözü edilen Yunanistan'da internet alışverişi konusunda yapılan araştırma sonuçlarına dayanarak,

a) internetten hazır yemek siparişlerinin artmasındaki nedenlerini

b) alıcıların dikkat etmesi gereken internetten alışverişin bazı olumsuz etkilerini anlatan bir makale yazın.

(Yaklaşık 100 sözcük).

ΤΕΛΟΣ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ