

İşletme (İngilizce)

Lisans

TYYÇ: 6. Düzey

QF-EHEA: 1. Düzey

EQF-LLL: 6. Düzey

Course General Introduction Information

Ders Kodu:	BUS219				
Course Name:	Tüketici Davranışı				
Ders Yarıyılı:	Güz				
Ders Kredileri:	<table><tr><td>AKTS</td></tr><tr><td>4</td></tr></table>	AKTS	4		
AKTS					
4					
Öğretim Dili:	EN				
Ders Koşulu:					
Ders İş Deneyimini Gerekliyor mu?:	Hayır				
Dersin Türü:	Zorunlu				
Dersin Seviyesi:	<table><tr><td>Lisans</td><td>TYYÇ:6. Düzey</td><td>QF-EHEA:1. Düzey</td><td>EQF-LLL:6. Düzey</td></tr></table>	Lisans	TYYÇ:6. Düzey	QF-EHEA:1. Düzey	EQF-LLL:6. Düzey
Lisans	TYYÇ:6. Düzey	QF-EHEA:1. Düzey	EQF-LLL:6. Düzey		
Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze				
Dersin Koordinatörü:	Dr.Öğr.Üyesi IRMAK BAKİOĞLU				
Dersi Veren(ler):	Irmak Bakioğlu				
Dersin Yardımcıları:					

Dersin Amaç ve İçeriği

Dersin Amacı:	Öğrencinin, sektör ve pazar özelliklerine göre tüketiciyi tanıyabilmesini; tüketici davranış modellerini ve davranış rollerini anlayabilmesini, pazar, ürün ve müşteri özelliklerine göre satın alma davranışını
---------------	--

	etkileyen faktörleri saptayabilmesini, tüketici satın alma karar sürecini değerlendirebilmesini ve yönetebilmesini sağlamaktır.
Dersin İçeriği:	Tüketiciyi tanımak, tüketici davranış modellerini anlamak, Tüketici davranış rollerini anlamak, Satın alma davranışını etkileyen faktörleri saptamak, Tüketici karar alma sürecini değerlendirmek.

Öğrenme Kazanımları

Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler;

- 1) Tüketici davranışını etkileyen psikolojik, sosyal, kültürel ve kişisel faktörleri açıklar.
- 2) Tüketici davranışı teorilerini analiz ederek farklı tüketici gruplarına yönelik pazarlama stratejileri geliştirir.
- 3) Tüketici verilerini yorumlayarak satın alma davranışlarını analiz eder ve karar süreçlerini değerlendirir.
- 4) Tüketici davranışına yönelik analizleri bağımsız olarak gerçekleştirir ve sonuçlarını sorumluluk alarak sunar.
- 5) Tüketici eğilimlerindeki değişimleri takip ederek yeni bilgi ve yaklaşımları öğrenme sürecine entegre eder.
- 6) Tüketici içgörülerini yazılı ve sözlü olarak etkili bir şekilde ifade eder ve grup çalışmalarında aktif rol alır.
- 7) Tüketici verilerinin kullanımında etik ilkelere uygun hareket eder ve sosyal sorumluluk bilinciyle karar alır.

Ders Akış Planı

Hafta	Konu	Ön Hazırlık
1)	Tüketici, müşteri, alıcı kavramlarını öğrenmek	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
1)	Tüketici, müşteri, alıcı kavramlarını öğrenmek	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
2)	Tüketici davranışındaki toplumsal gelişmeleri öğrenmek	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
3)	Tüketici Davranışları ve Pazarlama ilişkisi ve Konumlandırma	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
4)	Tüketici davranış modellerini anlamak (Klasik Tüketici Davranış Modelleri)	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University
5)	Tüketici davranış modellerini anlamak (Modern Tüketici Davranış Modelleri)	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004

5)	Tüketici davranış modellerini anlamak (Modern Tüketici Davranış Modelleri)	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
6)	Tüketici davranış rollerini anlamak	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
7)	Ara sınav	
8)	Tüketicinin Davranış Sürecinin Aşamaları	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
9)	Satın alma davranışını etkileyen faktörleri saptamak	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
10)	Bireysel Tüketicinin Davranışına Etki eden faktörleri anlamak	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
11)	Endüstriyel Tüketicinin satın alma davranışını etkileyen faktörleri saptamak	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
12)		Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
12)	Bireysel ve Endüstriyel Tüketici satın alma karar sürecini saptamak ve değerlendirmek	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
13)	Bireysel ve Endüstriyel Tüketici satın alma karar sürecini saptamak ve değerlendirmek	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004
14)	Final sınavı	Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition Global Edition Michael R. Solomon Saint Joseph's University Yavuz Odabaşı, Tüketici Davranışları, Mediacat Yayıncılık , Yayınevi Genel Dizisi, 2004

Kaynaklar

Ders Notları / Kitaplar:	Solomon-Consumer Behavior Yakup Durmaz- Tüketici Davranışları
Diğer Kaynaklar:	Solomon-Tüketici Davranışları Yakup Durmaz- Tüketici Davranışları

Ders - Öğrenme Kazanımı İlişkisi

Etkisi Yok	1 En Düşük	2 Orta	3 En Yüksek

Dersin Program Kazanımlarına Etkisi	Katkı Payı
-------------------------------------	------------

Öğrenme Etkinliği ve Öğretme Yöntemleri

Anlatım	✓
Beyin fırtınası /Altı şapka	✓
Bireysel çalışma ve ödevi	✓
Ders	✓
Grup çalışması ve ödevi	✓
Okuma	✓
Ödev	✓
Proje Hazırlama	✓
Rapor Yazma	✓
Soru cevap/ Tartışma	✓
Örnek olay çalışması	✓

Ölçme ve Değerlendirme Yöntemleri ve Kriterleri

Yazılı Sınav (Açık uçlu sorular, çoktan seçmeli, doğru yanlış, eşleştirme, boşluk doldurma, sıralama)	✓
Ödev	✓
Gözlem	✓
Bireysel Proje	✓

Grup Projesi	✓
Sunum	✓
Raporlama	✓
Bilgisayar Destekli Sunum	✓
Örnek olay sunma	✓

Ölçme ve Değerlendirme

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Aktivite Sayısı	Katkı Payı
Ara Sınavlar	1	% 40
Final	1	% 60
Toplam		% 100
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARININ BAŞARI NOTU KATKISI		% 40
YARIYIL SONU ÇALIŞMALARININ BAŞARI NOTUNA KATKISI		% 60
Toplam		% 100

İş Yüğü ve AKTS Kredisi Hesaplaması

Aktiviteler	Aktivite Sayısı	Süre (Saat)	İş Yüğü
Ders Saati	14	3	42
Ödevler	28	3	84
Ara Sınavlar	1	1	1
Final	1	1	1
Toplam İş Yüğü			128