

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Tüketici Davranışları	1004553	V	3+0	3	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin genel amacı; İşletmelerin pazarlama faaliyetlerinde büyük önemi olan tüketici davranışı hakkında gerekli bilgiyi öğrencilere kazandırmaktır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<p><b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tüketici davranışı ile pazarlama stratejisi ilişkisini iyi anlayarak en uygun stratejiyi belirler.</li> <li>2. Tüketici davranışlarıyla ilgili farklı modelleri ve yaklaşımları tanımlar.</li> <li>3. Tüketici davranışına etki eden sosyo kültürel faktörleri sınıflandırır.</li> <li>4. Tüketici tatminini sağlamaya dönük pazarlama uygulamalarını geliştirir.</li> <li>5. Tüketici satın alma karar sürecini ve tüketicilerin satın alma süreci sonrası davranışlarını değerlendirir.</li> <li>6. Tüketici davranışlarını pazarlama çabalarını geliştirmek için analiz eder.</li> </ol>				
Dersin İçeriği	Tüketici, İhtiyaç ve müşteri kavramları, Tüketici davranışlarının pazarlamadaki önemi, Tüketici davranışı kavramı ve özellikleri, Tüketici davranışı ve pazarlama stratejisi ilişkisi, Tüketici davranış modelleri, Psikolojik etkiler, sosyal ve kültürel faktörler, kişilik.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Tüketici, ihtiyaç, müşteri kavramları ve Tüketici davranışları				
2	Tüketici davranışlarının pazarlamadaki önemi ve Tüketici davranış modelleri				
3	Tüketici davranışı kavramı ve özellikleri				
4	Tüketici davranışı ve pazarlama stratejisi ilişkisi				
5	Psikolojik etkiler				
6	Öğrenme ve bellek				
7	<b>Ara Sınav</b>				
8	Kişilik ve benlik				
9	Değerler ve yaşam biçimi				
10	Sosyal-kültürel etkiler				
11	Grup dinamiği ve danışma grubu				
12	Aile				
13	Sosyal sınıf				
14	Kültür				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
1. İşletmelerin pazarlama faaliyetlerinde büyük önemi olan tüketici davranışı hakkında gerekli bilgiyi öğrencilere kazandırmaktır.					
<b>Kaynaklar</b>					
Odabaşı, Y. ve Barış, F. (2003) <i>Tüketici Davranışı</i> . İstanbul: Mediacat yayınları.					
Sethna, Z. ve Blythe, J. (2016). <i>Consumer Behaviour. Third Edition</i> . Sagepub Publications.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara Sınav: %40</b>					
<b>Final:%60</b>					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																
	PÇ 1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15	PÇ 16
ÖK1	5	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4
ÖK2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	1	1	1	4	4	4	3
ÖK3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	4	3	4	3
ÖK4	3	3	4	3	3	3	4	5	4	1	1	1	4	4	4	3
ÖK5	3	4	4	4	3	3	4	4	5	1	1	1	4	4	4	4
ÖK6	3	4	4	4	4	3	4	3	4	1	1	1	4	4	4	3
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları																
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders Adı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15	PÇ 16
Tüketici Davranışları	3	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4