

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Tüketici Davranışları	0623641	VI	2+0	2	3
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; dersi alan öğrencilerin, tüketici davranışı ile ilgili temel kavramları, tüketicinin satın alma öncesi, satın alma anı ve satın alma sonrası karar sürecini öğrenmelerini ve tüketicilerin satın alma sürecindeki davranışlarının çeşitli faktörlere bağlı olarak nasıl değiştiğini kavramalarını sağlamaktır. Öğrencilerin, tarım ve gıda ürünlerine yönelik olarak tüketici davranışlarını etkileyen faktörleri ortaya koyabilmeleri ve bu ürünlere yönelik pazarlama stratejilerini geliştirebilir hale gelmeleri hedeflenmektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; <ol style="list-style-type: none"> 1. Tüketici davranışları alanında temel bilgilere sahip olur. 2. Tüketici davranışlarını bilimsel açıdan değerlendirir. 3. Tüketicilere yönelik bilimsel araştırma yapabilecek bilgiye sahip olur. 4. Tüketicilere yönelik yaşanan sorunlara çözüm önerileri üretir. 5. Etkin iletişim kurar. 				
Dersin İçeriği	Tüketici davranışı kavramı, tüketici davranışlarının diğer bilim dalları ile ilişkisi, tüketici davranışlarının pazarlama stratejisi ile ilişkisi, tüketici davranış modelleri, tüketici satın alma süreci ve bu süreçte yer alan motivasyon, algılama, öğrenme ve hafıza, tutum ve tutumların ölçülmesi, kişilik, benlik, değerler, yaşam tarzı, inanç, kültür, danışma grupları, aile, sosyal sınıflar ve demografik faktörlerin tüketici davranışları üzerine etkileri incelenecektir. Türkiye’de ve diğer ülkelerde tarım ve gıda ürünlerine yönelik tüketici araştırmalarından örnekler tartışılacaktır.				
Haftalar	Konular				
1	Dersin içeriği, uygulanması konusunda öğrencilerin bilgilendirilmesi ve tüketici davranışına giriş				
2	Tüketici-müşteri-alıcı kavramları, tüketici davranışı kavramının kapsamı, tüketici davranışlarının diğer bilim dalları ile ilişkisi				
3	Tüketici davranışlarının pazarlama stratejisi ile ilişkisi				
4	Tüketici davranış modelleri, Tüketici satın alma süreci: Satın alma öncesi (sorunun belirlenmesi, bilgilerin araştırılması ve seçeneklerin değerlendirilmesi), satın alma anı, satın alma sonrası tüketici davranışları				
5	Motivasyon				
6	Algılama				
7	Ara Sınav				
8	Öğrenme ve Hafıza				
9	Tutum, tutumların ölçülmesi				
10	Kişilik, benlik				
11	Değerler, yaşam tarzı, inanç				
12	Kültür, danışma grupları, aile, sosyal sınıflar				
13	Cinsiyet, yaş, gelir, sosyal statü vb. demografik faktörlerin tüketici davranışları üzerine etkileri				
14	Türkiye’de ve diğer ülkelerde tarım ve gıda ürünlerine yönelik tüketici araştırmalarından örnekler				
Genel Yeterlilikler					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tüketici davranışlarını analiz edebilir. 2. Tüketici davranışlarıyla ilgili pazar araştırması yapabilir. 3. Tüketicilere yönelik reklam çalışmaları yürütebilir. 					
Kaynaklar					
Bilge, F.A., Göksu, N., (2010), <i>Tüketici Davranışları</i> , Ankara: Gazi Yayınevi.					
Okumuş, A., (2013), <i>Tüketici Davranışı Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım</i> , İstanbul: Türkmen Kitabevi.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 40		Final: % 60		Bütünleme: % 60	

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENME ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
ÖÇ1			5			5			5	5			5	5			4	
ÖÇ2			5			5			5	5			5	5			4	
ÖÇ3			5			5			5	5			5	5			4	
ÖÇ4			5			5			5	5			5	5			4	
ÖÇ5																	5	
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları																		
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük				2 Düşük				3 Orta				4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
Tüketici Davranışları		5				5			5	5			5	5			4