

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	MGS2252430	Bahar Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Prof.Dr. Ayşen AKYÜZ				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Ahmet Serkan OKAY				
Dersin Yardımcıları	PROF.DR.AYŞEN AKYÜZ				
Dersin Amacı	Dersin amacı, öğrencilerin; tüketici davranışını ve kararlarını etkileyen faktörler ve tüketici karar alma süreci hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır.Bu ders tüketici davranışları teorilerini, tüketici satın alma sürecini ve bu süreçte etki eden psikolojik, bireysel, kültürel, sosyal unsurları, tutum oluşumunu, algı ve öğrenme gibi konuları kapsamaktadır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Tüketici Davranışına Giriş,Tüketici Davranışları ve Etik,Algı, Kültür, Öğrenme,Algı, Kültür, Öğrenme,Referans Gruplar,Kişilik,Kişilik ,Tutum ve İkna,Motivasyon,Tüketici Davranışları Teorileri,Sadakat,Sosyal Sınıf ve Gelir,Örgütsel Satın Alma ve İntegral İş Stratejileri,Tüketici Davranışlarında Yeni Eğilimler; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1. Tüketici davranışlarına ilişkin temel kavramları ve teorileri açıklar.				13, 16, 9	A
2. Tüketici davranışınında motivasyon konusunu kavrar.				13, 16, 9	A
3. Tüketici satın alma sürecini açıklar.				13, 16, 9	A
4. Tüketici davranışlarında etik konusunu açıklar				13	C
5. Tüketici davranışları kontekstinde algılama ve öğrenme konularını kavrar.				10, 16, 9	A
6. Tüketici davranışları kontekstinde kültür konusunu tartışır.				16, 9	C
7. Tüketici davranışlarıyla ilintili teorileri açıklar.				9	C
8. Tüketici davranışları ile ilgili sadakat, tutum gibi kavramları özetler.				13, 9	C
9. CRM stratejisinin doğasını ve integral iş stratejilerini açıklar.				13, 9	C
10. Tüketici davranışlarında referans grup ve sosyal sınıf konularını açıklar.				9	C
11. Kişiliğin tüketici davranışları açısından önemini kavrar.				9	C
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, C: Çoktan Seçmeli Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Tüketici Davranışına Giriş				
2	Tüketici Davranışları ve Etik	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
3	Algı, Kültür, Öğrenme	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
4	Algı, Kültür, Öğrenme	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
5	Referans Gruplar	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
6	Kişilik	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
7	Kişilik	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
8	Tutum ve İkna	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
9	Motivasyon	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
10	Tüketici Davranışları Teorileri	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
11	Sadakat	Ders kitabından ilgili bölümün okunması			
12	Sosyal Sınıf ve Gelir	Öğretim üyesi tarafından verilen raporun okunması			
13	Örgütsel Satın Alma ve İntegral İş Stratejileri	Öğretim üyesi tarafından verilen raporun okunması			
14	Tüketici Davranışlarında Yeni Eğilimler	Öğretim üyesi tarafından verilen raporun okunması			
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar

1. Tüketici Davranışı. Odabaşı, Y., Barış, G. Mediacat Yayıncılık.
2. Tüketici Davranışları. Altunışık, R. Beta Yayıncılık.
- 3.Ed. Çakırcı Mehmet Akif, Sezen Bozyiğit (2020) Tüketici Davranışları, Nobel Yayınevi, Ankara.Powerpoint sunumlar