BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

BOZÜYÜK MESLEK YÜKSEKOKULU

REKLAMCILIK

(2021 - 2022) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Tüketici Davranışları	REK106	2	4 + 0	5,0	Zorunlu

Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz Yüze)
Amaç	Bu dersin amacı öğrencilerin tüketici davranışlarını pazarlamacı bakış açısıyla kavramasını sağlamaktır. Tüketicinin kim olduğunu ve tüketim karar verme modellerinin ne olduğunu anlamak, Tüketim kararlarında önemli olan algı, öğrenme, iletişim, motivasyon, kişilik ve tutum oluşumu gibi temel kavramları anlamak, ve yukarıda listelenen sorunları araştırmak için gereken araştırma tekniklerini öğrenmek.
Ders İçeriği	Tüketicilerin, onları anlama ve sınıflandırma sürecinde nasıl tanımlanacağı ve araştırılacağı, böylelikle nihai müşteri memnuniyetine ulaşmak için, pazarlama stratejileri / ürünleri / hizmetlerinin nasıl özelleştirilebileceği ile ilgilidir.
Ders Veren	Öğr. Gör. Dr. Sevdenur KAPUSUZ
Ders Kaynakları	• Koç, Erdoğan (2008), Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Global ve Yerel Yaklaşım, Şekçin Yay., Prof. Dr. Hamdi İslamıglu, Prof. Dr. Remzi Altunışık, Tüketici Davranışları, Beta., • Karabulut, Muhittin.(1989)Tüketici Davranışı : Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı, 3. Baskı / İstanbul . , • Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gülfidan, (2002) Tüketici Davranışı, MediaCat Yayınları.

Hafta	Konu
1	Tüketici davranışına giriş.
2	Tüketici davranışı kavramı ve tüketici davranışının özellikleri. Tüketici davranışının diğer bilim dallarıyla ilişkisi.
3	Tüketici Davranışı ve pazarlama stratejisi.
4	İhtiyaçlar ve tüketim, motivasyon ve ilgilenim
5	Güdüleme.
6	Algılama.
6	Tutumlar
7	Tutum ve kişilik.
8	Kişilik ve kendini tanıma, yaşam tarzı
9	Sosyal sınıflar ve gruplar
10	Durumsal faktörler
11	Aile
12	Örgütsel satın alma davranışı
13	Kültür
14	Tüketici satın alma karar süreci.

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme	Gösterim	1	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	4	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	3	14
Ara Sınav 1		5	1
Final		10	1
	Ders İş Yükü:	127	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	4,98	

Program Çıktıları	
1	Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
2	Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir
3	Reklamcılık Alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
4	Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir
5	Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
6	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
7	Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir
8	Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
9	Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır
10	Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar
11	Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
12	Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir
13	Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	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
Tüketici davranışını şekillendiren psikolojik ve sosyolojik faktörleri açıklayabilecek	4	5	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-
Tüketici davranışlarında disiplinler arası yaklaşımı anlayabilecek	4	5	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-
Firmaların karşılaştığı pazarlama ve tüketici davranışı sorunlarına çözüm önerisi sunabilir.	4	5	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-
Tüketici satın alma karar sürecinin adımlarını öğrenecek	4	5	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-
Tüketici davranışı kavram ve özelliklerini anlayabilecek	4	5	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/327904