



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA - YL
(2022 - 2023) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Tüketici Davranışları	PAZ5008		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	Üretim Yönetimi ve Pazarlama - YL - Lisansüstü (Yüzyüze eğitim)				
Amaç	Bu ders ile öğrencilerin tüketici davranışlarını pazarlama bakış açısıyla kavramasını sağlamayı aynı zamanda tüketicinin karar verme süreçlerini ve bu süreci ve karar verme davranışını etkileyen içsel ve dışsal faktörlerin nasıl farklılaşacağını ve bu farklılıkların işletmelerin pazarlama stratejilerini nasıl etkileyeceğini anlaşılmasını amaçlanmaktadır. Ayrıca, öğrencilerin davranışsal, bilişsel ve duygulanım yaklaşımları üzerinden tüketici davranışlarını anlamalarını hedefler.				
Ders İçeriği	Hedef Pazar belirlenmesi, tüketici pazarı ve özellikleri, satın alma karar süreci, tüketici örgütleri, tüketici korunması, mevcut yasalar ve yönetmeliklerin tanımlanması, satın almayı etkileyen faktörler.				
Ders Veren	Prof. Dr. Sevgi GÖNÜLLÜOĞLU				
Ders Kaynakları	• Koç, Erdoğan (2008), Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Global ve Yerel Yaklaşım, Şekçin Yay., Prof. Dr. Hamdi İslamoğlu, 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., Prof. Dr. Yavuz Odabaşı, Prof. Dr. Gülfidan Barış, Tüketici Davranışı, MediaCat				

Hafta	Konu
14	Final Sınavı

Program Çıktıları	
1	İşletmenin makro ve mikro pazarlama çevresi sorunlarını tanımlayıp çözümleyebilmek
2	Pazarlama yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
3	Üretim yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
4	Güncel pazarlama sorunlarının çözümünde pazarlama teorisi ve teorik yaklaşımların rolünü belirleyebilmek
5	Pazarlama teorilerinin farklı kültürel yapılarda nasıl uygulandığını belirleyebilmek
6	Klasik ve güncel pazarlama teorileri arasındaki farklılık ve ilişkileri tanımlayarak değerlendirmek
7	Pazarlama yönetiminde bilgi sistemlerinden faydalanarak pazarlama bilgisi toplamak ve analiz edebilmek
8	Tedarik zinciri ve lojistik faaliyetlerinin yönetimi ve entegrasyonu becerisi
9	Rekabet ortamında pazarlama fırsat ve tehditleri belirlemek ve bunlara uygun stratejiler geliştirebilmek
10	Mikro ve makro pazarlama çevresi üyeleriyle iletişim, koordinasyon ve bilgi paylaşımını sağlayabilmek
11	İşletme sorunlarını sayısal karar verme tekniklerini kullanarak belirlemek ve çözüm sunmak

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
Firmaların karşılaştığı pazarlama ve tüketici davranışı sorunlarına çözüm önerisi sunabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama ve tüketici davranışı arasındaki ilişkiyi kavrar..	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Temel pazarlama ve tüketim karar verme kararlarını bilerek tüketici karar verme süreçlerini öğrenir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ürün ve hizmetlerin konumlandırılmasında tutum oluşturma ve tutum değiştirme stratejilerini öğrenir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/343088>