



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Tüketici Davranışları	PZL216	3	3 + 1	6,0	Zorunlu
Birim Bölüm	Pazarlama - Ön Lisans (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 Kaynakları	Prof. Dr. Hamdi İslamoğlu, Prof. Dr. Remzi Altunışık, Tüketici Davranışları, Beta., • Karabulut, Muhittin.(1989)Tüketici Davranışı : Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı, 3. Baskı / İstanbul . , Koç, Erdoğan (2008), Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayınları., Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gülfidan, (2002). Tüketici Davranışı, MediaCat Yayınları.				

Hafta	Konu
1	Tüketici davranışına giriş
2	Tüketici davranışları kavramı ve pazarlama
3	Tüketici davranış modelleri
4	Psikolojik faktörler, Öğrenme
5	Güdüleme
6	Algılama
7	Tutum ve kişilik
8	Değer ve yaşam biçimi
9	Sosyo-kültürel faktörler
10	Grup ve danışma grupları
11	Yeniliklerin yayılması ve konumlandırma
12	Sosyal sınıf
13	Kültür
14	Tüketici satın alma karar süreci

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Önceden planlanmış özel beceriler	Vaka Çalışması	1	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	3	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	6	14
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
Ders İş Yüğü:		142	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		5,57	

Program Çıktıları	
1	Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olmalıdır.
2	Alanla ilgili edindiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilme, analitik ve stratejik düşünerek uygulamaya geçirebilme de katkısı önemlidir.
3	Alanla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilmesine katkısı önemlidir.
4	Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilirler.
5	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
6	Öğrenciler girişimcilik ve liderliğe her zaman açıktır.
7	Alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
8	Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilmeli ve kullanabilmelidir.
9	Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde (en az alanındaki bilgileri takip edebilecek ve meslektaşları ile iletişim kurabilecek kadar) yabancı dil bilgisine sahiptir.
10	Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
11	Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
12	Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutarak etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilir.
13	Alanla ilgili konularda edindiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ve alanla ilgili yenilik ve gelişmeleri takip ederek ömür boyu öğrenmeye açık olur.

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
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.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgiyetir/377402>