



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ

PAZARYERİ MESLEK YÜKSEKOKULU

ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETLERİ
(2025 - 2026) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Tüketici Davranışları	PZL216	4	2 + 0	3,0	Zorunlu
Birim Bölüm	Çağrı Merkezi Hizmetleri - 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	Koç, Erdoğan (2008), Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayınları., Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gülfıdan, (2002). Tüketici Davranışı, MediaCat Yayınları., Prof. Dr. Hamdi İslamoğlu, Prof. Dr. Remzi Altunışık, Tüketici Davranışları, Beta., • Karabulut, Muhittin.(1989)Tüketici Davranışı : Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı, 3. Baskı / İstanbul .				

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
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	2	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	2	14
Ara Sınav 1		7	1
Kısa Sınav 1		5	1
Final		10	1
Ders İş Yüğü:		78	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		3,06	

Program Çıktıları	
1	Çağrı Merkezi Hizmetleriyle ilgili kuramsal ve uygulamalı bilgilere sahip olma.
2	Çağrı merkezlerinde sunulan hizmet alanlarıyla ilgili beceri sahibi olma
3	Çağrı merkezi hizmetleri çalışma alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip etme ve mesleki çalışmalarında uygulama becerisine sahip olma.
4	Çağrı merkezi hizmeti uygulamalarında ikna becerisine sahip olma
5	Çağrı merkezi hizmeti kurum veya birimlerinin görev, sorumluluk, planlama ve strateji süreçlerini anlamlandırabilme ve uygulayabilme becerisine sahip olma.
6	Çağrı merkezi hizmetleri için gereken diksiyon ve beden dilini başarılı kullanabilme becerisine sahip olma.
7	Bireysel çalışma ve bağımsız karar verebilme yeteneklerini geliştirerek fikirlerini sözlü ve yazılı, açık ve öz bir şekilde ifade edip iletişim kurabilme becerisine sahip olma.
8	Hayat boyu öğrenmenin önemini benimseyerek, bilim- teknoloji ve çağdaş konular hakkında gelişmeleri izleyip kendini geliştirme becerisine sahip olma.
9	Kalite bilincine sahip olma, toplumsal sorunlara duyarlı olma, çevre sağlığı ve güvenliğine önem verme duyarlılığı ve becerisine sahip olma.
10	Alanıyla ilgili yöntem ve teknikleri uygulayabilme becerisine sahip olma.
11	Ekip çalışmasına yatkın ve bilgi paylaşımına açık olma.
12	Çağrı merkezi hizmetlerinde kullanılan mevcut bilgisayar programları ve yazılımlarındaki teknolojileri tanıma ve uygulayabilme becerisine sahip olma.
13	Bilgisayar ve bilgi iletişim teknolojilerini mesleki gelişimini destekleyecek düzeyde kullanabilme becerisine sahip olma.

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/400933>