



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME
(2025 - 2026) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Tüketici Davranışları	İSL306	6	3 + 0	5,0	Zorunlu
Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Yüzyüze)				
Amaç	Piyasa ekonomisinde talep tarafını oluşturan tüketicilerin neyi, neden ve nasıl satın aldıklarına ilişkin tüketici davranışının temel konuları ve kavramları, sosyal, kültürel, psikolojik ve demografik faktörler, satın alma davranışının işleyişi vb. konularda geleceğin işveren ve işgörenlerini bilgilendirmek, yerinde ve zamanında gerekli uygulamaları sağlamak ve karar vermek açısından donanımlı kılmaktır.				
Ders İçeriği	Tüketiciyi tanımak, tüketici davranış modellerini anlamak, Tüketici davranış rollerini anlamak, Satın alma davranışını etkileyen faktörleri saptamak, Tüketici karar alma sürecini değerlendirmek. Sözlü ve görsel sunum teknikleri ve teknolojileri ile, tartışma ve örnek olaylar ile ders işlenmektedir.				
Ders Kaynakları	Odabaşı, Y., Barış, G., "Tüketici Davranışı", 2002., Karalar, R., "Çağdaş Tüketici Davranışı", 2005., İslamoğlu, A., "Pazarlama Yönetimi", 2006., Koç, E. (2019). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri. Seçkin Yayıncılık., Brassington, F., Pettitt, S., "Principles of Marketing", 1997.				

Hafta	Konu
1	Tüketici Davranışına Giriş
2	Tüketici Davranışının Pazarlama Açısından Önemi ve Yeri
3	Tüketici Davranışı Kavramı ve Özellikleri
4	Bir Disiplinlerarası Yaklaşım ve Tüketici Davranışı
5	Tüketici Davranışı Genel Modeli
6	Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi İlişkisi
7	Tüketici Satınalma Süreci, Tüketici Karar Alma Sürecinin Yapısı
8	Satınalmaya Yönelik Sorunun Belirlenmesi, Bilgi Arayışı ve Seçim, Satınalma Davranışının Gerçekleştirilmesi ve Satınalma Sonrası Duygular
9	Tüketici Davranışını Etkileyen Psikoloji Faktörleri, Öğrenme ve Bellek
10	Tüketici Davranışında Güdüleme ve İlgilenim
11	Tüketici Davranışında Tutum, Tutumların Değiştirilmesi ve Duygular
12	Tüketici Davranışı ve Kişilik, Benlik, Değerler, Yaşam Biçimi
13	Tüketici Davranışını Etkileyen Sosyo-Kültürel Etkiler
14	Tüketici Davranışı ve Referans Grupları, Sosyal Sınıflar ve Ailenin Etkileri

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	3	5
Önceden planlanmış özel beceriler	Problem Çözme	2	2
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	3	5
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	5	3
Önceden planlanmış özel beceriler	Vaka Çalışması	3	2
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	3	2
Ara Sınav 1		8	1
Ödev 1		5	1
Kısa Sınav 1		2	1
Kısa Sınav 2		2	1
Final		8	1
Ders İş Yükü:		128	
AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):		5,02	

Program Çıktıları	
1	Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
2	Alan ile ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
3	Alan ile ilgili konularda bireysel ve ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
4	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır..
5	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir.
6	Alanındaki gelişmeleri takip edebilecek düzeyde Türkçe ve bir yabancı dil bilgisine sahip olur ve yazılı-sözlü iletişim kurma yetkinliği kazanır.
7	Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirir ve sorunları kavrar.
8	Farklı disiplinlerden edinilen bilgileri analitik ve eleştirel bir şekilde değerlendirerek, işletme uygulamalarına katkı sağlayacak yenilikçi çözümler üretir.
9	Ulusal ve uluslararası bir işletme kurabilme, yönetme ve sürekliliğini sağlayabilme becerisi kazanır.
10	Nitel ve nicel verilerden faydalanarak ekonomik ve sosyal konularda istatistiksel çözümlemeler ile daha etkin kararlar alır.
11	Küresel olarak değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek, güncel talepleri karşılayabilecek ürün ve hizmetler üretir ve sunar.
12	Finansal tabloları ve verileri anlayarak işletmenin mali durumunu değerlendirir, finansal kararlar alır.
13	İşletmelerin hukuki süreçleri, sürdürülebilirlik ve etik konusundaki sorumlulukları hakkında bilgi sahibi olur ve bu konular bağlamında kararlar alırlar.

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
Genel tüketici davranışı hakkında bilgi sahibi olmak	4	1	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4
Satın alma karar sürecini etkileyen faktörleri saptamak	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4
Tüketici davranışını etkileyen etmenleri kavramak.	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4
Tüketici davranışlarını etkileyen kültürel, psikolojik ve sosyal etmenleri kavramak.	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Algılama, öğrenme, inanç ve tutum kavramlarını açıklar	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
Ortalama Değer	4	2,6	5	4	4	4	4	4	4,4	4	3	4	4

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/384935>