

ABDULLAH GÜL ÜNİVERSİTESİ
YÖNETİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ
İŞLETME LİSANS PROGRAMI
DERS TANIM VE UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U Saat	Kredisi	AKTS
TÜKETİCİ DAVRANIŞI	BA-344	GÜZ	3 + 0	3	5

Ön Koşul Dersleri	-
--------------------------	---

Dersin Türü	Seçmeli (Bölüm)
Dersin Dili	İngilizce
Dersin Koordinatörü	-
Dersi Verenler	-
Dersin Yardımcıları	-
Dersin Amacı	Yarının pazarlamacılarını, tüketici ihtiyaçlarını başarılı bir şekilde karşılayan markaları yaratmaya ve pazarlamaya yönelik hazırlamak.
Dersin Öğrenme Çıktıları	<ul style="list-style-type: none">• Pazarlama sürecinde tüketici davranışlarının önemini kavrayabilme• Tüketicinin genel olarak ve pazar bölümlerinde nasıl ve niçin davrandıklarının anlaşılabilmesi• Tüketicilerin davranışlarını ortaya çıkarmak için kullanılan araçlar hakkında anlayış kazanma• Tüketicileri harekete geçirmek için motive edecek şekilde ürün, hizmet ve pazarlama fikirleri yaratmak için bu bilginin (etik olarak) nasıl uygulanacağını öğrenme
Dersin İçeriği	<ul style="list-style-type: none">• Pazarlama: Değer Yaratma ve Yakalama• Pazarlama Araştırması, Pazarlama Stratejisi• Satın Almak, Sahip Olmak ve Olmak• Karar Verme ve Kültürel Etkiler• Tüketici Refahı ve Algı• Öğrenme ve Hafıza• Benlik, Tutum ve İkna• Gruplar ve Durumsal Etkiler• Sosyal Sınıf ve Yaşam Tarzları• Çoklu Tüketici Davranışı

HAFTALIK KONULAR VE İLGİLİ ÖN HAZIRLIK SAYFALARI

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Giriş	

2	Pazarlama Değer Yaratma ve Yakalama	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
3	Pazarlama Araştırması, Pazarlama Stratejisi	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
4	Satın Almak, Sahip Olmak ve Olmak	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
5	Karar Verme ve Kültürel Etkiler	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
6	Ders Anlatımı Olmadan đretme ve đrenme Haftası	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
7	Ara Sınav	
8	Tketiciler Refahı ve Algı	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
9	đrenme ve Hafıza	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education

		Education
10	Güz Yarıyılı Ara Tatili	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
11	Benlik, Tutum ve İkna	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
12	Gruplar ve Durumsal Etkiler	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
13	Sosyal Sınıf ve Yaşam Tarzları –Proje Çalışması	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
14	Çoklu Tüketici Davranışı-Proje Çalışması	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
15	Proje Sunumları	Solomon, M.R. (2015), Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, New Jersey: Pearson Education
16	Final Sınavı	

KAYNAKLAR

Ders Notu	Bu derse ait slaytlar
Diğer Kaynaklar	Ders Kitabı: “Consumer Behavior Buying, Having, and Being” by Michael R. Solomon, Pearson; 11th edition.
Yardımcı Kitaplar:	1. Örnek Olaylar 2. Tartışma materyalleri

MATERYAL PAYLAŞIMI	
Dökümanlar	Bu derse ait ders notları, slaytlar
Ödevler	Bir proje ve bir makale sunumu ödev olarak verilecektir.
Sınavlar	1 Ara Sınav ve 1 Final Sınavı

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	NUMBER	CONTRIBUTION
Ara Sınav	1	25
Proje	1	20
Sınıf içi Aktiviteler	14	10
Makale Sunumu ve Rapor	1	10
Derse Katılım	14	5
Derse Devam	14	5
TOPLAM		75
Yılıçının Başarıya Oranı		75
Finalin Başarıya Oranı	1	25
TOPLAM		100

Ders Kategorisi	
Temel Bilimler ve Matematik	%0
Mühendislik Bilimleri	%0
Sosyal Bilimler	%100

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARININ PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE İLİŞKİSİ						
No	Program Yeterlilikleri	Katkı Düzeyi				
		1	2	3	4	5
1	Pazarlama, insan kaynakları yönetimi, üretim yönetimi, muhasebe ve finans gibi işletmenin alt alanlarında bilgi toplamak ve bu bilgiyi firmanın bütün misyon ve vizyonuna entegre etmek ve uygulamak.			X		
2	Bilgi teknolojisi ve araştırma yöntemlerini kullanarak; veriyi edinme, yorumlama, sentezleme ve sonuçları karar vermede				X	

	kullanarak, kritik ve stratejik düşünceyi iş problemlerini çözme ve analiz etmede uygulamak.				
3	Küreselleşmenin şirketler, insanlar ve ulusal ekonomiler üzerindeki etkisini farklı hukuki, siyasi ve ekonomik sistemleri göz önünde bulundurarak anlamak.			X	
4	Daha iyi ürün, hizmet ve süreç yaratmada inovasyonun rolünü anlamak.				X
5	Yazılı profesyonel iletişimde ve resmi sözlü sunumlarda yeterlilik gösterme yeteneği.	X			
6	Liderlik yeteneklerine sahip olma ve grup görevlerini yerine getirmede takım oluşturma ve işbirlikçilik yeteneklerini kullanma.			X	
7	İş yerlerindeki hukuki ve etik sorunları tanımak, bu sorunların potansiyel sonuçlarının farkında olmak ve bunlara alternatif çözümler üretmek.		X		
8	Örgütsel kapsamda, kararlarda ve iş uygulamalarında sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarını anlamak.			X	
9	Devamlı olarak profesyonel, saygılı, dürüst, adil ve mantıklı bir biçimde davranmak ve etik prensipleri ve mantıksal akıl yürütmeyi iş kararlarını almak ve doğrulamak için kullanmak.			X	

*1'den 5'e kadar artarak gitmektedir.

AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU			
Etkinlikler	Etkinlikler	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü
Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 16x toplam ders saati)	16	3	48
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	16	2	32
İnternette tarama, kütüphane çalışması	16	2	32
Proje	1	20	20
Makale Sunum	1	10	10
Arasnavlar	1	3	3
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
Toplam İş Yüğü			150
Toplam İş Yüğü / 30			150/30
Dersin AKTS Kredisi			5