

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Tüketici Davranışları	1106338	III	2+0	2	3
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Mesleki Ders				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	İşletmelerin hitap etmek zorunda oldukları Tüketicuyu tanımlamaları ve onun ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda üretim yapmaları gerekmektedir. Bundan dolayı hitap etmek zorunda olduğumuz kitlenin satın alma öncesi, satın alma anı ve satın alma sonrası davranışsal özelliklerinin bilinmesi için gerekli teorik alt yapıya sahip olmak dersin amacını oluşturmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Tüketici davranışları dersinin içerik ve kapsamını bilir. 2. Tüketicilerin sosyal ve kültürel boyutlarını öğrenir. 3. Tüketicilerin ekonomik davranışlarını anlar. 4. Tüketicilerin psikolojik davranışlarını öğrenir. 5. Tüketicilerin ekonomik kriz zamanındaki satın alma davranışlarını bilir. 6. Tüketicilerin satın alma motivasyonlarını öğrenir.				
Dersin İçeriği	Tüketici davranış modelleri, Öğrenme, Güdülenme, Algılama, Tutumlar ve tutumların değiştirme stratejileri, Kişilik ve yaşam biçimi, Grup dinamikleri ve danışma grupları Aile, kişiler arası iletişim, fikir liderliği ve yeniliklerin yayılması, Kültür ve sosyal sınıf Tüketicinin satın alma süreci, Satın alma sonrası tüketici davranışları konuları konusu ele alınacaktır				
Haftalar	Konular				
1	Tüketici davranışının pazarlamadaki önemi				
2	Tüketici davranışı kavramı ve özellikleri				
3	Tüketici davranış modelleri				
4	Öğrenme				
5	Güdülenme				
6	Algılama				
7	Ara Sınav				
8	Tutumlar ve tutumların değiştirme stratejileri, Kişilik ve yaşam biçimi				
9	Tutumlar ve tutumların değiştirme stratejileri, Kişilik ve yaşam biçimi				
10	Grup dinamikleri ve danışma grupları				
11	Aile, kişiler arası iletişim, fikir liderliği ve yeniliklerin yayılması				
12	Kültür ve sosyal sınıf				
13	Tüketicinin satın alma süreci				
14	Satın alma sonrası tüketici davranışları				
Genel Yeterlilikler					
1-Tüketicilerin satın alma motivasyonlarını tahmin edebilir. 2-Tüketiciyi etkileyen ekonomik ve toplumsal çevreyi analiz edebilir 3-Tüketicilerin hangi sosyal guruplara ait olduklarını ve gurupların tüketici üzerindeki etkilerini anlayabilir.					
Kaynaklar					
Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2002). <i>Tüketici Davranışı</i> . Media Cat İstanbul. Solomon, M.R. (2007) <i>Consumer Behaviour</i> . 7. Edition, Prentice Hall,					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 40 Final: % 60 Bütünleme:					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU												
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12
ÖÇ1	4	5	2	3	3	4	5	5	3	3	3	5
ÖÇ2	3	4	2	3	3	2	5	4	4	2	3	3
ÖÇ3	5	5	4	2	4	3	5	4	3	2	2	5
ÖÇ4	3	4	2	2	2	2	5	4	2	4	2	5
ÖÇ5	5	4	5	3	2	2	4	5	3	2	2	2
ÖÇ6	4	4	5	4	4	4	5	4	3	2	2	2
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları												
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük		3 Orta		4 Yüksek			5 Çok Yüksek	

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12
Tüketici Davranışları	4	4	4	3	3	3	5	4	3	3	2	4