

Objectives of the Course

To get to know the consumers who are the subjects of production and consumption and analyse the patterns of behaviour

Course Contents

Consumer-Customer-Consumer Behavior Concepts Concepts and Features, Importance of Consumer Behavior in Marketing, Consumer Behavior and Marketing Strategy Relationship, Consumer Behavior Models-Explanatory Models, Consumer Behavior Models-Identifier (Modern) Models, Factors Affecting Consumer Behavior, Psychological Effects-Learning and Memory, Motivation and Involvement, Sensation and Perception, Attitudes and Changing Attitudes and Emotions Socio-Cultural Influences, Group Dynamics and Solidarity Group, Social Class, Consumer Buying Process , Problem determination, assessment of terms Personality and Self, Values and Lifestyle, Purchase and post-purchase behavior

Recommended or Required Reading

Solomon, M. R. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Pearson. Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior. Pearson. Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management. Pearson. Recent academic articles and industry reports.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

The course will include theoretical lectures, case studies, group work, individual and team projects, discussions, and student presentations. Students will conduct practical exercises to analyze consumer behavior and work on real-world industry examples.

Recommended Optional Programme Components

Students are encouraged to read academic articles, analyze current marketing campaigns, and follow industry developments to better understand consumer behavior. Participation in field research activities such as consumer surveys and observation studies is also recommended.

Instructor's Assistants

There are no instructor's assistants for this course.

Presentation Of Course

Students are encouraged to read academic articles, analyze current marketing campaigns, and follow industry developments to better understand consumer behavior. Participation in field research activities such as consumer surveys and observation studies is also recommended.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Assoc. Prof. Dr. Koray Çamlica

Program Outcomes

1. State the situation and the importance of the consumers
2. Identify the factors that determine and affect consumer behavior, understand consumer rights and environmental protection
3. Analyze the consumer decision-making process and evaluate its impact on the marketing strategies of tourism businesses.

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical Practise
1	Research on concepts related to consumer behavior. Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2011). Tüketici Davranışı, Mediacat, Sf. 20-24, Sf. 57-74. Swarbrooke, J., Horner, S. 2007. Consumer Behavior in Tourism. Butterworth-Heinemann: Oxford, Sf. 41-50.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Concepts related to consumer behavior.
2	Researching psychological factors that influence consumer behavior. Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2011). Tüketici Davranışı, Mediacat, Sf. 75-224. Durmaz, Y. (2008). Tüketici Davranışları, Detay Yayıncılık, Sf. 61-82. Koç, E. (2012). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri-Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayıncılık, Sf. 81-302. Paksoy, M. ve Kara, M. (Eds). (2014). Tüketici Davranışları, Lisans Yayıncılık, Sf. 65-110.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Psychological factors affecting consumer behavior
3	Researching psychological factors that influence consumer behavior. Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2011). Tüketici Davranışı, Mediacat, Sf. 75-224. Durmaz, Y. (2008). Tüketici Davranışları, Detay Yayıncılık, Sf. 61-82. Koç, E. (2012). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri-Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayıncılık, Sf. 81-302. Paksoy, M. ve Kara, M. (Eds). (2014). Tüketici Davranışları, Lisans Yayıncılık, Sf. 65-110.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Psychological factors affecting consumer behavior
4	Researching demographic factors that influence consumer behavior. Durmaz, Y. (2008). Tüketici Davranışları, Detay Yayıncılık, Sf. 53-60. Belber, B.G. (2007). Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihine Kültürün Etkisi ve Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sf. 77-81.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Demographic factors affecting consumer behavior

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical Practise
5	Researching socio-cultural factors that influence consumer behavior. Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2011). Tüketici Davranışı, Mediacat, Sf. 225-328. Durmaz, Y. (2008). Tüketici Davranışları, Detay Yayıncılık, Sf. 39-52. Koç, E. (2012). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri-Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayıncılık, Sf. 303-392. Paksoy, M. ve Kara, M. (Eds). (2014). Tüketici Davranışları, Lisans Yayıncılık, Sf. 151-204.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Socio-cultural factors affecting consumer behavior.
6	Researching socio-cultural factors that influence consumer behavior. Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2011). Tüketici Davranışı, Mediacat, Sf. 225-328. Durmaz, Y. (2008). Tüketici Davranışları, Detay Yayıncılık, Sf. 39-52. Koç, E. (2012). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri-Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayıncılık, Sf. 303-392. Paksoy, M. ve Kara, M. (Eds). (2014). Tüketici Davranışları, Lisans Yayıncılık, Sf. 151-204.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Socio-cultural factors affecting consumer behavior.
7	Researching the purchasing decision process. Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2011). Tüketici Davranışı, Mediacat, Sf. 329-396. Durmaz, Y. (2008). Tüketici Davranışları, Detay Yayıncılık, Sf. 83-92. Koç, E. (2012). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri-Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayıncılık, Sf. 393-412. Paksoy, M. ve Kara, M. (Eds). (2014). Tüketici Davranışları, Lisans Yayıncılık, Sf. 47-62.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Buying decision process.
8	Preparation for the midterm exam.		Midterm exam
9	Researching psychological factors that influence touristic consumer behavior. Rızaoğlu, B. (2003).Turizm Davranışı, Detay Yayıncılık, Sf. 53-122. Belber, B.G. (2007). Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihine Kültürün Etkisi ve Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sf. 63-76.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Psychological factors affecting touristic consumer behavior
10	Researching psychological factors that influence touristic consumer behavior. Rızaoğlu, B. (2003).Turizm Davranışı, Detay Yayıncılık, Sf. 53-122. Belber, B.G. (2007). Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihine Kültürün Etkisi ve Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sf. 63-76.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Psychological factors affecting touristic consumer behavior
11	Researching demographic factors that influence touristic consumer behavior. Rızaoğlu, B. (2003).Turizm Davranışı, Detay Yayıncılık, Sf. 138-144. Belber, B.G. (2007). Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihine Kültürün Etkisi ve Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sf. 77-81.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Demographic factors affecting touristic consumer behavior
12	Researching socio-cultural factors that influence touristic consumer behavior. Rızaoğlu, B. (2003).Turizm Davranışı, Detay Yayıncılık, Sf. 125-136. Belber, B.G. (2007). Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihine Kültürün Etkisi ve Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sf. 82-101.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Socio-cultural factors affecting touristic consumer behavior.
13	Researching socio-cultural factors that influence touristic consumer behavior. Rızaoğlu, B. (2003).Turizm Davranışı, Detay Yayıncılık, Sf. 125-136. Belber, B.G. (2007). Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihine Kültürün Etkisi ve Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sf. 82-101.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Socio-cultural factors affecting touristic consumer behavior.
14	Researching the purchasing decision process. Rızaoğlu, B. (2003).Turizm Davranışı, Detay Yayıncılık, Sf. 145-168. Swarbrooke, J., Horner, S. 2007. Consumer Behavior in Tourism. Butterworth-Heinemann: Oxford, Sf. 51-82. Belber, B.G. (2007). Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihine Kültürün Etkisi ve Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sf. 108-117.	Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Touristic buying decision process.

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
15	Researching the purchasing decision process. Rızaoğlu, B. (2003).Turizm Davranışı, Detay Yayıncılık, Sf. 145-168. Swarbrooke, J., Horner, S. 2007. Consumer Behavior in Tourism. Butterworth-Heinemann: Oxford, Sf. 51-82. Belber, B.G. (2007). Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihine Kültürün Etkisi ve Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sf. 108-117.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Touristic buying decision process.	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Derse Katılım	14	3,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	2,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	2,00
Vize	1	2,00
Final	1	2,00
Ara Sınav Hazırlık	2	3,00
Final Sınavı Hazırlık	4	4,00
Ödev	14	2,00
Seminer	14	2,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Final	60,00
Vize	40,00

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14	P.O. 15
L.O. 1															
L.O. 2															
L.O. 3															

Table :

- P.O. 1 :** Turizm Rehberliği alanında ve ilgili disiplinlerde sahip olduğu bilgiyi uzmanlık düzeyinde geliştirir ve derinleştirir.
- P.O. 2 :** Turizm sektörünün yapısı, işleyişi ve ülke kalkınmasındaki önemi konusunda bilgi sahibi olur.
- P.O. 3 :** Turizm sektöründeki güncel konular ve sorunlar için yaratıcı ve pratik çözüm önerileri geliştirir.
- P.O. 4 :** Turist rehberliği mesleği ile ilgili hizmet verme süreçlerini bilir ve ziyaretçi memnuniyeti sağlayacak şekilde yerine getirir.
- P.O. 5 :** Bir seyahat işletmesini etkin bir şekilde yönetebilmek için güncel yönetim teorilerini ve uygulamalarını bilir ve uygular.
- P.O. 6 :** Türkiye’de yaşamış olan uygarlıkların kültür, tarih, din ve sanatları hakkında detaylı bilgiye sahip olur, analiz eder ve yorumlar.
- P.O. 7 :** Bilgi ve verileri mesleki anlamda tanımlar, analiz eder, sentezler, yorumlar ve değerlendirir.
- P.O. 8 :** Bilimsel araştırma yöntemlerini kullanarak alanıyla ilgili bir araştırmayı planlar, yürütür, değerlendirir ve rapor halinde sunar.
- P.O. 9 :** Alanında uzmanlık gerektiren konularda bir çalışmayı başkalarıyla ve bağımsız olarak etkin bir şekilde yürütür.
- P.O. 10 :** Yaşam boyu öğrenme için gerekli olan davranışlar ve yetkinlikler geliştirir.
- P.O. 11 :** Edindiği bilgi ve becerileri analiz eder, eleştirel şekilde yorumlar ve değerlendirir.
- P.O. 12 :** Toplumsal ve mesleki etik değerleri kavrar, eleştirel bakış açısıyla değerlendirir ve uygun davranışlar geliştirir.
- P.O. 13 :** Sosyal adalet, kültürel değerler ve çevreye duyarlılık gibi konularda yeterli bilince sahip olur.
- P.O. 14 :** Turizm alanı ve turist rehberliği ile ilgili hukuki düzenlemeleri ve mesleki standartları bilir ve uygular.
- P.O. 15 :** Bir yabancı dili en az Avrupa Dil Portföyü B2 genel düzeyinde kullanarak sözlü ve yazılı iletişim kurar.
- L.O. 1 :** Turizmde tüketicinin yerini ve önemini ortaya koymak
- L.O. 2 :** Tüketici davranışlarını etkileyen ve belirleyen faktörleri tespit etmek, tüketici hakları ve çevre koruma konularını anlamak
- L.O. 3 :** Tüketici karar verme sürecini analiz ederek, turizm işletmelerinin pazarlama stratejilerine etkisini değerlendirmek.