

## İndirilme Tarihi

05.02.2026 15:28:05

## HİT224 - CONSUMER BEHAVIOUR - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

### General Info

---

#### Objectives of the Course

To gain knowledge and skills on issues related to consumer behaviors, how we behave as consumers in different environments and how we demonstrate our commitment to the purchase decision.

#### Course Contents

This course involves, the concept of consumer behavior and properties, the importance of consumer behavior in marketing, general model of consumer behavior, factors affecting consumer behavior and buying decision process of consumers.

#### Recommended or Required Reading

Odabaşı, Y.(2013). Tüketim kültürü, Sistem Yayıncılık.<br />Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici davranışı, MediaCat Book, projection

#### Planned Learning Activities and Teaching Methods

face to face

#### Recommended Optional Programme Components

Pre- and post-lesson preparation

#### Instructor's Assistants

Lecturer Rıza Günaydın

#### Presentation Of Course

Face to face

#### Dersi Veren Öğretim Elemanları

Assoc. Prof. Dr. Neşe Acar

### Program Outcomes

---

1. Can explain concept of consumer behavior.
2. Can say properties of consumer behavior.
3. Can explain the factors affecting consumer behavior
4. can explain the buying decision process of consumers.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 15-27	Lecturing,question-answer.	Information About the Course The importance of consumer behavior in marketing.	
2	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 29-38 ss:57-74	Lecturing,question-answer.	The concept of consumer behavior and properties. Marketing Strategy Relationship	
3	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 77-102	Lecturing,question-answer.	Psychological Effects: Learning	
4	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss:103-125	Teaching, Question-Answer	Motivation	
5	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 127-155	Teaching, presentation, Question-Answer	Perception	
6	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 157-188	Teaching, Question-Answer	Attitude	
7	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 189-210	teaching, question-answer	Personality	
8			midterm exam	
9	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 227-244	teaching, question-answer	Socio-Cultural Influences: Group,	
10	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 245-267	teaching, question-answer	Family	
11	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 269-294	Lecturing,question-answer.	Personal Influences, Diffusion of Innovations	
12	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 295-311	Lecturing, question-answer	Social Class	
13	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 313-328	teaching, question-answer.	Culture	
14	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 331-395	Lecturing,question-answer.	Consumer Purchase Decision Process	
15		Lecturing,question-answer.	Consumer Rights	Guest Participant

## Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	5	2,00
Final Sınavı Hazırlık	5	2,00
Araştırma Sunumu	5	2,00
Derse Katılım	14	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Konuk Konuşmacı	1	2,00

## Assesments

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	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
<b>L.O. 1</b>	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4
<b>L.O. 2</b>	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	2	3	4
<b>L.O. 3</b>	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
<b>L.O. 4</b>	5	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5

Table :

- P.O. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.O. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.O. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.O. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.O. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.O. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.O. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.O. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir.
- P.O. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.O. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.O. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.O. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.O. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- L.O. 1 :** Tüketici davranışı kavramını açıklayabilir.
- L.O. 2 :** Tüketici davranışının özelliklerini söyleyebilir.
- L.O. 3 :** Tüketici davranışını etkileyen faktörleri açıklayabilir.
- L.O. 4 :** Tüketici satınalma karar sürecini açıklayabilir.