

HİT224 - TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Tüketici davranışları ile ilgili konularda bilgi ve beceri kazandırmak, tüketici olarak farklı ortamlarda nasıl davrandığımızı ve satın alma kararını nasıl verdiğimizi göstermek.

Dersin İçeriği

Bu ders, tüketici davranışı kavramı ve özellikleri, tüketici davranışının pazarlamadaki önemi, tüketici davranışı genel modeli, tüketici davranışını etkileyen faktörler ve tüketici satın alma karar süreci konularını içermektedir.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Odabaşı, Y.(2013). Tüketim kültürü, Sistem Yayıncılık.
Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici davranışı, MediaCat Kitap, projeksiyon

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretim Yöntemleri

yüz yüze

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Ders öncesi ve sonrası hazırlık

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğr.Gör. Rıza Günaydın

Dersin Verilişi

Yüz yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Neşe Acar

Program Çıktısı

1. Tüketici davranışı kavramını açıklayabilir.
2. Tüketici davranışının özelliklerini söyleyebilir.
3. Tüketici davranışını etkileyen faktörleri açıklayabilir.
4. Tüketici satınalma karar sürecini açıklayabilir.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları	
1	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat, ss: 15-27		Anlatım, soru-cevap.	Ders Hakkında Bilgi Tüketici Davranışının Pazarlamadaki Önemi.
2	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 29-38 ss:57-74		Anlatım, soru-cevap.	Tüketici Davranışı Kavramı ve Özellikleri. Pazarlama Stratejisi İlişkisi
3	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat, ss: 77-102		Anlatım, soru-cevap	Psikolojik Etkiler: Öğrenme
4	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss:103-125		Anlatım, Soru cevap	Güdülenme
5	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 127-155		Anlatım, sunum, soru cevap	Algılama
6	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 157-188		Anlatım, soru-cevap	Tutum
7	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 189-210		Anlatım, soru-cevap.	Kişilik
8				Ara Sınav
9	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 227-244		Anlatım, soru-cevap.	Sosyo-Kültürel Etkiler: Grup,
10	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 245-267		Anlatım, soru-cevap	Aile
11	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 269-294		Anlatım, soru-cevap.	Kişisel Etkiler, Yeniliklerin Yayılması
12	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 295-311		Anlatım, soru-cevap.	Sosyal Sınıf
13	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 313-328		Anlatım, soru-cevap.	Kültür
14	Odabaşı, Y., Barış, G.(2019). Tüketici Davranışı, İstanbul. Media Cat ss: 331-395		Anlatım, soru-cevap.	Tüketici Satın Alma Karar Süreci
15			Anlatım, soru-cevap.	Tüketici Hakları
				Konuk Katılımcı

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
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

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4
Ö.Ç. 2	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	2	3	4
Ö.Ç. 3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
Ö.Ç. 4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5

Tablo :

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