

General Info

Objectives of the Course

It is aimed to explain the various components of consumer behavior and evaluate them in order to develop marketing practices in non-profit and / or non-profit organizations.

Course Contents

Interpret the processes of development and processing of perception, memory, learning, motivation, personality, lifestyle, values ??and attitudes of consumers.

Recommended or Required Reading

İSLAMOĞLU, Ahmet Hamdi, Tüketici Davranışları, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2018.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Subject explanation and discussion

Recommended Optional Programme Components

Doping weekly homework and practices

Instructor's Assistants

Öğr. Gör. Dr. Züleyha GÖKÇE IŞIKHAN

Presentation Of Course

Slides and interactive narration

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Dr. Züleyha Gökçe Işıkhhan

Program Outcomes

1. Explains the socio-cultural, psychological and economic factors that shape consumer behavior.
2. It evaluates the interests, tastes, needs and desires of consumers, which vary according to their different characteristics. It explains the relationship between consumer behavior and different disciplines.
3. It interprets the development and processing processes of consumers' perception, memory, learning, motivation, personality, lifestyle, values and attitudes. It evaluates the consumer purchasing process.
4. Explain the differences between consumer buying behavior and organizational users' buying behavior.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (1–20)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Introduction to consumer behavior, consumer behavior marketing relationship, consumer behavior models	
2	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (21–40)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Fundamentals of Marketing	
3	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (41–60)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Perception	
4	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (61–80)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Learning and Memory	
5	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (81–100)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Motivation and Engagement	
6	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (101–120)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Attitudes	
7	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (121–140)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Self and Personality	
8			Midterm exam	
9	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (141–160)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Values, Lifestyles and Culture	
10	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (161–180)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Reference Groups, Family, and Gender	
11	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (181–200)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Purchasing Decision Process	
12	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (201–220)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Marketing Communications and Persuasion Techniques	
13	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (221–240)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Ethics and Social Responsibility in Consumer Behavior	
14	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (241–260)	Interactive presentation and narration supported by slides.	Digital Consumer Behavior	
15	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (261–280)	Interactive presentation and narration supported by slides.	General Evaluation and Case Studies	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Derse Katılım	14	3,00
Ödev	14	3,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	2,00
Ara Sınav Hazırlık	5	3,00
Vize	1	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	3,00
Final	1	1,00

Assesments

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

Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü / ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETLERİ X Learning Outcome Relation

	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	P.O. 16	P.O. 17	P.O. 18	P.O. 19
L.O. 1			5																
L.O. 2						5												4	
L.O. 3			3															5	
L.O. 4					5														

Table :

- P.O. 1 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanında temel düzeyde bilgilere sahiptir.
- P.O. 2 :** Karar, uygulama ve davranışlarında Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanma becerisine sahiptir.
- P.O. 3 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.
- P.O. 4 :** Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir.
- P.O. 5 :** Uygulamada karşılaşılan ya da öngörülemeyen sorunlar için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 6 :** Edindiği bilgi ve becerileri eleştirel olarak değerlendirir.
- P.O. 7 :** Öğrenme gereksiniminin sürekliliğini kavradığını gösterir.
- P.O. 8 :** Öğrenme gereksinimlerine yönelik programlara katılıma açık olur.
- P.O. 9 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
- P.O. 10 :** Çalışma arkadaşlarına yardıma yatkındır.
- P.O. 11 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
- P.O. 12 :** Atatürk İlke ve İnkılaplarını bilir ve bunlara sahip çıkar.
- P.O. 13 :** Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar.
- P.O. 14 :** Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde İngilizce kullanarak çağrı merkezi hizmetleri alanındaki bilgileri izleyebilir.
- P.O. 15 :** Örgüt/Kurum, iş ve toplumsal etik değerlere uygun davranır.
- P.O. 16 :** Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince

sahiptir.

P.O. 17 : Değişime ve yeniliğe açıktır.

P.O. 18 : Temel matematiksel kavramları bilir ve problem çözümlerinde kullanır.

P.O. 19 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.

L.O. 1 : Tüketici davranışını biçimlendiren sosyo-kültürel, psikolojik ve ekonomik etmenleri açıklar.

L.O. 2 : Tüketicilerin farklı özelliklerine göre değişen ilgi, beğeni, ihtiyaç ve isteklerini değerlendirir. Tüketici davranışlarının farklı disiplinlerle ilişkisini açıklar.

L.O. 3 : Tüketicilerin algı, hafıza, öğrenme, motivasyon, kişilik, yaşam biçimi, değer ve tutumlarının gelişme ve işleme süreçlerini yorumlar. Tüketici satın alma sürecini değerlendirir.

L.O. 4 : Tüketici satın alma davranışları ile örgütsel kullanıcıların satın alma davranışları arasındaki farklılıkları açıklar.

BÜRO HİZMETLERİ VE SEKRETERLİK / ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETLERİ X Learning Outcome Relation

	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	P.O. 16	P.O. 17	P.O. 18	P.O. 19
L.O. 1			5																
L.O. 2						5												4	
L.O. 3			3															5	
L.O. 4					5														

Table :

P.O. 1 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanında temel düzeyde bilgilere sahiptir.

P.O. 2 : Karar, uygulama ve davranışlarında Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanma becerisine sahiptir.

P.O. 3 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.

P.O. 4 : Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir.

P.O. 5 : Uygulamada karşılaşılan ya da öngörülemez sorunlar için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.

P.O. 6 : Edindiği bilgi ve becerileri eleştirel olarak değerlendirir.

P.O. 7 : Öğrenme gereksiniminin sürekliliğini kavradığını gösterir.

P.O. 8 : Öğrenme gereksinimlerine yönelik programlara katılıma açık olur.

P.O. 9 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.

P.O. 10 : Çalışma arkadaşlarına yardıma yatkındır.

P.O. 11 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.

P.O. 12 : Atatürk İlke ve İlkelerini bilir ve bunlara sahip çıkar

P.O. 13 : Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar.

P.O. 14 : Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde İngilizce kullanarak çağrı merkezi hizmetleri alanındaki bilgileri izleyebilir.

P.O. 15 : Örgüt/Kurum, iş ve toplumsal etik değerlere uygun davranır.

P.O. 16 : Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.

P.O. 17 : Değişime ve yeniliğe açıktır.

P.O. 18 : Temel matematiksel kavramları bilir ve problem çözümlerinde kullanır.

P.O. 19 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.

L.O. 1 : Tüketici davranışını biçimlendiren sosyo-kültürel, psikolojik ve ekonomik etmenleri açıklar.

- L.O. 2 :** Tüketicilerin farklı özelliklerine göre değişen ilgi, beğeni, ihtiyaç ve isteklerini değerlendirir.Tüketici davranışlarının farklı disiplinlerle ilişkisini açıklar.
- L.O. 3 :** Tüketicilerin algı, hafıza, öğrenme, motivasyon, kişilik, yaşam biçimi, değer ve tutumlarının gelişme ve işleme süreçlerini yorumlar.Tüketici satın alma sürecini değerlendirir.
- L.O. 4 :** Tüketici satın alma davranışları ile örgütsel kullanıcıların satın alma davranışları arasındaki farklılıkları açıklar.