

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Tüketici davranışının çeşitli bileşenlerini açıklamak ve bunları kar amaçlı olan ve/veya kar amaçlı olmayan örgütlerdeki pazarlama uygulamalarını geliştirebilmek için değerlendirmek amaçlanmaktadır.

Dersin İçeriği

Tüketicilerin algı, hafıza, öğrenme, motivasyon, kişilik, yaşam biçimi, değer ve tutumlarının gelişme ve işleme süreçlerini yorumlar.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

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

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Konu anlatımı ve tartışma

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Haftalık ödevlerin ve uygulamaların yapılması

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğr. Gör. Dr. Züleyha GÖKÇE IŞIKHAN

Dersin Verilişi

Slayt ve etkileşimli anlatım

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Dr. Züleyha Gökçe Işıkhhan

Program Çıktısı

1. Tüketici davranışını biçimlendiren sosyo-kültürel, psikolojik ve ekonomik etmenleri açıklar.
2. Tüketicilerin farklı özelliklerine göre değişen ilgi, beğeni, ihtiyaç ve isteklerini değerlendirir.Tüketici davranışlarının farklı disiplinlerle ilişkisini açıklar.
3. Tüketicilerin algı, hafıza, öğrenme, motivasyon, kişilik, yaşam biçimi, değer ve tutumlarının gelişme ve işleme süreçlerini yorumlar.Tüketici satın alma sürecini değerlendirir.
4. Tüketici satın alma davranışları ile örgütsel kullanıcıların satın alma davranışları arasındaki farklılıkları açıklar.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (1–20)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Tüketici davranışlarına giriş, tüketici davranışı pazarlama ilişkisi, tüketici davranış modelleri	
2	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (21–40)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Pazarlamanın Temelleri	
3	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (41–60)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Algılama (Perception)	
4	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (61–80)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Öğrenme ve Hafıza	
5	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (81–100)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Motivasyon ve İlgenim	
6	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (101–120)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Tutumlar	
7	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (121–140)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Benlik ve Kişilik	
8				Ara sınav	
9	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (141–160)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Değerler, Yaşam Biçimleri ve Kültür	
10	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (161–180)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Referans Grupları, Aile ve Cinsiyet	
11	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (181–200)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Satın Alma Karar Süreci	
12	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (201–220)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Pazarlama İletişimi ve İkna Teknikleri	
13	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (221–240)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Tüketici Davranışında Etik ve Sosyal Sorumluluk	
14	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (241–260)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Dijital Tüketici Davranışı	
15	Koç, E. (2021). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım (10. bs.). Seçkin Yayıncılık. (261–280)		Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım.	Genel Değerlendirme ve Vaka Analizleri	

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
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

Değerlendirme

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

Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü / ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETLERİ X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

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	P.Ç. 15	P.Ç. 16	P.Ç. 17	P.Ç. 18	P.Ç. 19
Ö.Ç. 1	5																	
Ö.Ç. 2				5													4	
Ö.Ç. 3	3																5	
Ö.Ç. 4			5															

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanında temel düzeyde bilgilere sahiptir.
- P.Ç. 2 :** Karar, uygulama ve davranışlarında Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanma becerisine sahiptir.
- P.Ç. 3 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 4 :** Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir.
- P.Ç. 5 :** Uygulamada karşılaşılan ya da öngörülemeyen sorunlar için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 6 :** Edindiği bilgi ve becerileri eleştirel olarak değerlendirir.
- P.Ç. 7 :** Öğrenme gereksiniminin sürekliliğini kavradığını gösterir.
- P.Ç. 8 :** Öğrenme gereksinimlerine yönelik programlara katılıma açık olur.
- P.Ç. 9 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
- P.Ç. 10 :** Çalışma arkadaşlarına yardıma yatkındır.
- P.Ç. 11 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
- P.Ç. 12 :** Atatürk İlke ve İlkelerini bilir ve bunlara sahip çıkar.
- P.Ç. 13 :** Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar.
- P.Ç. 14 :** Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde İngilizce kullanarak çağrı merkezi hizmetleri alanındaki bilgileri izleyebilir.
- P.Ç. 15 :** Örgüt/Kurum, iş ve toplumsal etik değerlere uygun davranır.
- P.Ç. 16 :** Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
- P.Ç. 17 :** Değişime ve yeniliğe açıktır.
- P.Ç. 18 :** Temel matematiksel kavramları bilir ve problem çözümlerinde kullanır.

- P.Ç. 19 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.
- Ö.Ç. 1 :** Tüketici davranışını biçimlendiren sosyo-kültürel, psikolojik ve ekonomik etmenleri açıklar.
- Ö.Ç. 2 :** Tüketicilerin farklı özelliklerine göre değişen ilgi, beğeni, ihtiyaç ve isteklerini değerlendirir.Tüketici davranışlarının farklı disiplinlerle ilişkisini açıklar.
- Ö.Ç. 3 :** Tüketicilerin algı, hafıza, öğrenme, motivasyon, kişilik, yaşam biçimi, değer ve tutumlarının gelişme ve işleme süreçlerini yorumlar.Tüketici satın alma sürecini değerlendirir.
- Ö.Ç. 4 :** Tüketici satın alma davranışları ile örgütsel kullanıcıların satın alma davranışları arasındaki farklılıkları açıklar.

BÜRO HİZMETLERİ VE SEKRETERLİK / ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETLERİ X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

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	P.Ç. 15	P.Ç. 16	P.Ç. 17	P.Ç. 18	P.Ç. 19
Ö.Ç. 1	5																	
Ö.Ç. 2					5												4	
Ö.Ç. 3	3																5	
Ö.Ç. 4				5														

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanında temel düzeyde bilgilere sahiptir.
- P.Ç. 2 :** Karar, uygulama ve davranışlarında Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanma becerisine sahiptir.
- P.Ç. 3 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 4 :** Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir.
- P.Ç. 5 :** Uygulamada karşılaşılan ya da öngörülemeyen sorunlar için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 6 :** Edindiği bilgi ve becerileri eleştirel olarak değerlendirir.
- P.Ç. 7 :** Öğrenme gereksiniminin sürekliliğini kavradığını gösterir.
- P.Ç. 8 :** Öğrenme gereksinimlerine yönelik programlara katılıma açık olur.
- P.Ç. 9 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
- P.Ç. 10 :** Çalışma arkadaşlarına yardıma yatkındır.
- P.Ç. 11 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
- P.Ç. 12 :** Atatürk İlke ve İlkelerini bilir ve bunlara sahip çıkar
- P.Ç. 13 :** Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar.
- P.Ç. 14 :** Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde İngilizce kullanarak çağrı merkezi hizmetleri alanındaki bilgileri izleyebilir.
- P.Ç. 15 :** Örgüt/Kurum, iş ve toplumsal etik değerlere uygun davranır.
- P.Ç. 16 :** Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
- P.Ç. 17 :** Değişime ve yeniliğe açıktır.
- P.Ç. 18 :** Temel matematiksel kavramları bilir ve problem çözümlerinde kullanır.
- P.Ç. 19 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.
- Ö.Ç. 1 :** Tüketici davranışını biçimlendiren sosyo-kültürel, psikolojik ve ekonomik etmenleri açıklar.
- Ö.Ç. 2 :** Tüketicilerin farklı özelliklerine göre değişen ilgi, beğeni, ihtiyaç ve isteklerini değerlendirir.Tüketici davranışlarının farklı disiplinlerle ilişkisini açıklar.
- Ö.Ç. 3 :** Tüketicilerin algı, hafıza, öğrenme, motivasyon, kişilik, yaşam biçimi, değer ve tutumlarının gelişme ve işleme süreçlerini yorumlar.Tüketici satın alma sürecini değerlendirir.
- Ö.Ç. 4 :** Tüketici satın alma davranışları ile örgütsel kullanıcıların satın alma davranışları arasındaki farklılıkları açıklar.