

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, tüketici davranışlarını yönetim ve organizasyon perspektifinden ele alarak; yöneticilerin pazarlama kararlarında tüketici psikolojisini, satın alma davranışlarını ve karar verme süreçlerini nasıl analiz edebileceklerini öğretmektir. Öğrenciler tüketiciyi anlamaya yönelik modelleri öğrenerek, müşteri odaklı stratejiler geliştirme becerisi kazanır.

Dersin İçeriği

Tüketici davranışına giriş; tüketici psikolojisi; satın alma süreci; motivasyon, algı ve öğrenme süreçleri; tutumlar ve tutum değişimi; sosyal, kültürel ve kişisel etkiler; tüketici karar modelleri; tüketici tatmini ve sadakati; pazarlama stratejilerine etkisi; örgütsel davranış bağlamında iç müşteri davranışı.r.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Erdoğan Koç, Seçkin Yayınevi

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Ders anlatımı Vaka analizleri Sınıf içi tartışmalar Grup çalışmaları Sunumlar Yerinde gözlem ve örnek uygulama değerlendirmeleri

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Ders için önerilen başka husus yoktur

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları yoktur

Dersin Verilişi

Yüz yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Dr. Öğr. Üyesi Volkan Akgül

Program Çıktısı

1. Tüketici davranışının temel kavramlarını tanımlar.
2. Tüketici karar sürecinin aşamalarını açıklar.
3. Psikolojik, sosyal ve kültürel etkenlerin tüketici davranışına etkisini analiz eder.
4. Tüketici davranışını etkileyen örgütsel yapı ve yönetsel faktörleri değerlendirir.
5. Tüketici memnuniyeti ve sadakatini yönetsel bakış açısıyla yorumlar.
6. Müşteri odaklı stratejik kararlar geliştirir.
7. Pazarlama uygulamalarında tüketici davranışını dikkate alır.
8. Tüketici davranışı modellerini yönetim süreçleriyle ilişkilendirir.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1			Anlatım	Tüketici davranışına giriş ve temel kavramlar	
2			Anlatım	Tüketici psikolojisi ve karar süreçleri	
3			Anlatım	Algı, öğrenme ve motivasyon süreçleri	
4			Anlatım	Tutumlar, inançlar ve tutum değişimi	
5			Anlatım	Sosyal ve kültürel etkiler	
6			Anlatım	Kişisel ve durumsal etkiler	
7			Anlatım	Tüketici karar verme modelleri	
8			Anlatım	tüketici davranışlarını öğrenmenin önemi	
9			Anlatım	Tüketici tatmini ve sadakati	
10			Anlatım	Marka algısı ve tüketici ilişkileri	
11			Anlatım	Yönetsel bakışla iç müşteri davranışı	
12			Anlatım	Tüketici davranışında etik ve sorumluluk	
13			Anlatım	Pazarlama stratejilerine tüketici davranışının etkisi	
14			Anlatım	Tüketici davranışı analizinde güncel eğilimler	

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Ara Sınav Hazırlık	1	8,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	4,00
Ödev	1	5,00
Derse Katılım	14	3,00
Final Sınavı Hazırlık	1	10,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Final	60,00
Vize	40,00

	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														
Ö.Ç. 2														
Ö.Ç. 3														
Ö.Ç. 4														
Ö.Ç. 5														
Ö.Ç. 6														
Ö.Ç. 7														
Ö.Ç. 8														

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Öğrenciler temel bilgisayar bilimi kavramlarını anlar, bilgisayar donanımı ve yazılımı hakkında bilgi sahibi olur ve temel ağ teknolojileri ile iletişim protokollerini kavrayarak bu alanlarda yetkinlik kazanır.
- P.Ç. 2 :** Bilgi güvenliği tehditlerini tanıma ve risk değerlendirme becerisi kazandırılan öğrenciler, güvenlik politikaları ve standartlarına uygun önlemler almayı öğrenir ve kritik altyapıların korunması ile sızma testi tekniklerini uygular.
- P.Ç. 3 :** Veritabanı tasarlama, uygulama ve yönetim becerileri geliştiren öğrenciler, ilişkisel veritabanı yönetim sistemlerini etkin bir şekilde kullanmayı öğrenir ve veri modelleme tekniklerini anlama ve uygulama yetkinliği kazanır.
- P.Ç. 4 :** Programlama dillerini ve teknolojilerini kullanarak yazılım geliştirme becerisi kazanan öğrenciler, yazılım yaşam döngüsü süreçlerini anlamayı ve uygulamayı öğrenir ve yazılım kalitesi ile test süreçlerini kavrar.
- P.Ç. 5 :** İngilizce iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanan öğrenciler, yönetim, bilişim ve organizasyon alanlarında profesyonel düzeyde iletişim kurar.
- P.Ç. 6 :** Veri analitiği ve veri madenciliği tekniklerini öğrenen öğrenciler, veri teknolojilerini kullanarak analiz ve keşif yapar, iş zekası araçlarını etkin bir şekilde kullanarak veri odaklı kararlar alır ve uzman sistemleri kavrayarak tasarlayabilir.
- P.Ç. 7 :** Öğrenciler bilgi ve sonuçları yazılı ve sözlü olarak etkili bir şekilde sunmayı öğrenir, bilgi teknolojileri çözümlerini teknik ve teknik olmayan kitlelere iletme becerisi geliştirir ve karar alıcılarla etkili bir iletişim kurar.
- P.Ç. 8 :** Proje yönetimi prensiplerini anlama ve uygulama becerisi kazanan öğrenciler, iş süreçlerini analiz ederek iyileştirme tekniklerini uygular ve proje ekiplerini yöneterek iletişim becerilerini geliştirir.
- P.Ç. 9 :** Liderlik ve yönetim becerileri kazanan öğrenciler, işletme fonksiyonları ile ilgili bilgi sahibi olur, ekip içi iletişim ve işbirliği yeteneklerini geliştirir ve karar verme süreçlerini etkili bir şekilde yönetir.
- P.Ç. 10 :** Girişimcilik ve inovasyon konularında bilgi sahibi olan öğrenciler, yeni iş fikirleri geliştirerek bilgi teknolojileri alanında yenilikçi projeler ortaya koyar ve girişimcilik ekosistemine katkıda bulunur.
- P.Ç. 11 :** Bilgi teknolojilerinin etik kullanımına yönelik farkındalık kazanan öğrenciler, sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eder ve bilişim sistemlerinde etik karar alma süreçlerine katkı sağlar.
- P.Ç. 12 :** Sürekli öğrenme yaklaşımını benimseyen öğrenciler, bilişim ve yönetim alanındaki yeni trendleri ve teknolojileri takip eder ve bu yenilikleri uygulamaya geçirir.
- P.Ç. 13 :** Küresel ve yerel iş dinamiklerini analiz eden öğrenciler, rekabetçi ve yenilikçi stratejiler geliştirerek bulunduğu organizasyonda fark yaratır.
- P.Ç. 14 :** E-ticaret platformlarının tasarımı, geliştirilmesi ve yönetimi konularında bilgi sahibi olan öğrenciler, dijital iş modellerini etkin bir şekilde uygular.
- Ö.Ç. 1 :** Tüketici davranışının temel kavramlarını tanımlar.
- Ö.Ç. 2 :** Tüketici karar sürecinin aşamalarını açıklar.
- Ö.Ç. 3 :** Psikolojik, sosyal ve kültürel etkenlerin tüketici davranışına etkisini analiz eder.
- Ö.Ç. 4 :** Tüketici davranışını etkileyen örgütsel yapı ve yönetsel faktörleri değerlendirir.
- Ö.Ç. 5 :** Tüketici memnuniyeti ve sadakatini yönetsel bakış açısıyla yorumlar.
- Ö.Ç. 6 :** Müşteri odaklı stratejik kararlar geliştirir.
- Ö.Ç. 7 :** Pazarlama uygulamalarında tüketici davranışını dikkate alır.
- Ö.Ç. 8 :** Tüketici davranış modellerini yönetim süreçleriyle ilişkilendirir.