



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ DIŞA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Okul/Fakülte: SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Bölüm/Program: PAZARLAMA -YLP

Ders Dili:	English	Ders Kodu:	MARK518
Ders Türkçe İsmi:	CONSUMER BEHAVIOR		
Ders İngilizce İsmi:	CONSUMER BEHAVIOR		
Dersi Verecek:	Doç. Dr. Karen HOWELLS		
Dersin Türü:	SEÇMELİ	Dersin Seviyesi:	YÜKSEK LİSANS
Yıl	1	Semester	1
Ders Kredisi:	3	AKTS Kredisi:	6
Teori(saat/hafta):	0,00	Uygulama(saat/hafta):	0,00
		Laboratuvar(saat/hafta):	0,00

Dersin İçeriği: This course is designed to focus on the behavioral concepts and theories that have been found useful for understanding consumer behavior and their potential applications in the development of marketing strategy. Concepts and theories in the social sciences, particularly social psychology, cognitive psychology, sociology and cultural anthropology will be emphasized throughout this course with special reference to selected consumer topics. These topics include attitude formation and change, information processing, learning, group influences, choice behavior and cross-cultural consumer behavior.

Öğrenme Kazanımları: İlgili kavramları/kuramları anlayabilecek
İlgili kavram/kuramların geçerliliğini tartışabilecek
İlgili kavram/kuramların, gerçek hayattaki muhtemel uygulamalarını tartışabilecek ve öneriler sunabilecek
İlgili kavram/kuramları gerçek hayata/verilen diğer durumlara/vakalara uygulayabilecek
İlgili kavram/kuramların gerçek hayatta var olan uygulamalarını eleştirel olarak analiz edebilecek
Farklı kavram ve kuramları kendi özgün yaklaşımlarını yaratılmak için sentezleyebilecek
İlgili kavramlarla ilgili özgün bir yaklaşım geliştirebilecek
Sunum(lara)a hazırlık
Verilen ölçütlere göre kendi çalışmalarını değerlendirebilecek
Yeni yaklaşım geliştirebilecek/yaratabilecek
Verilen parametreler çerçevesinde yeni bir ürün geliştirebilecek/yaratabilecek
Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek
Verilen bir çalışma üzerinde grup halinde çalışabilecek
İlgili kavramları sayabilecek ve açıklayabilecek
Öğrenmenin değerini takdir edecek
Akademik bir makale üretmek için seçilen kaynak gösterme biçiminin ilkelerini uygulayabilecek
Hedeflenen becerileri geliştirebilecek

Dersin Amaçları:

	<p>Belirlenen kavram(ları) açıklamak/anlatmak İlgili kavram(lar)la alakalı farkındalık yaratmak ve bunu geliştirmek. Belirlenen kavram(lar)ın geçerliliğini tartışmak. Seçilen/belirlenen becerileri geliştirmek Seçilen konuların derinlemesine/detaylı bir şekilde incelemek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerin var olan bilgilerini geliştirmek Seçilen kavramlar bağlamında öğrencilerin fikirlerini/bilgilerini/kavrayışlarını geliştirmek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerle var olan bilgilerini yenilemek Yeniliği teşvik etmek Eleştirel düşüncüyü geliştirmek</p>
Öğrenci İş Yüğü:	<p>Derse hazırlık Ders saatleri Ara sınav Ara sınava hazırlık Final sınavı Final sınavına hazırlık Sunum(lar) Sunum(lara)a hazırlık Proje(ler)/makale(ler) için araştırma Proje yazımı Grup çalışması Sınıf içi tartışma(lar) Ders öncesi ödev(ler) Ödev(ler) Kısa ders anlatımları Ders planlama Materyal uyarlama Materyal geliştirme Taslak hazırlama Makale yazımı</p>
AKTS Formülü:	
Kaynaklar:	Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L., 2010. Consumer Behaviour, 10th ed., Pearson
Değerlendirme:	assignments; projects; group work. mid term exam, final exam
İşe Yerleştirme(Staj):	
Ön Koşul Ders Kodları:	
1. Hafta (19 – 23 Eylül)	1.People as consumers. Buyers, customers, & consumers. The consumer environment. The consumer and the marketplace. Markets and marketing.
2. Hafta (26 – 30 Eylül)	2.Consumer society. Globalisation and consumer behaviour. Alternative markets. Marketing and social responsibility.
3. Hafta (3 – 7 Ekim)	3.Market segmentation. The origin of segmented markets. The use of market segmentation and target marketing. Geographic segmentation. Demographic segmentation. Market segmentation. Psychographic segmentation. Behavioural segmentation. Segmenting business markets. Positioning.
4. Hafta (10 – 14 Ekim)	4.New products and innovation. Developing new products. The product life cycle. The effects of personal influence. The diffusion of new products and innovation. The adoption of new products and innovations. Cultural and social implications for innovation.
5. Hafta (17 – 21 Ekim)	5.The individual perspective. Trusting our senses. Using our senses. Common properties of the senses. Perception: processing sensory information. Organising perceptual clues. Subliminal perception. Self images, symbolism and consumer behaviour. Perceiving risk.

6. Hafta (24 – 28 Ekim)	6. Personality and the self. How does personality affect what we buy. What is meant by personality. Formal theories of personality. Freudian psychoanalysis. Neo-Freudian psychoanalysis. Trait theory. Self theory. Learning, Memory and Thinking. How do we learn. What is learning. The Behaviourist approach. The Cognitive Approach. Modelling.
7. Hafta (31 - 4 Kasım)	7. Motivation. Why do people buy what they buy. What is meant by motivation. Defining motivation. The fulfilment of needs. The motivational mix. Unconscious motivation.
8. Hafta (7 - 11 Kasım)	8. MID TERM EXAMS
9. Hafta (14 – 18 Kasım)	9. The Social Perspective. How does our upbringing affect us as consumers. What is a family. Socialisation. Family buying decisions. Life cycle effects. Non family households. Age and consumer identity. Social and Developmental Influences. How does our psychological development affect our consumer behaviour. Maturation. Stages of development. Development of economic concepts. External influences on consumer socialisation.
10. Hafta (21 – 25 Kasım)	10. The influence of small groups. The effects of group pressure. Types of groups. Properties of group life. Reference groups and consumer behaviour. The influence of social class. How does social class affect what we buy. Social stratification. Social status and symbols. Life chances and lifestyles. Measuring social class. Social class categories. Changing social class. Marketing and consumer behaviour.
11. Hafta (28 - 2 Aralık)	11. Cultural influences. How does culture affect what we buy? Similarities across cultures. Differences between cultures. Cultural values. Subcultures. Changes in culture.
12. Hafta (5 – 9 Aralık)	12. Attitudes. Where do our attitudes come from. What are attitudes. Characteristics and components of attitudes. Forming attitudes. Theories of attitudes. Changing attitudes. Attitudes and behaviour.
13. Hafta (12 -16 Aralık)	13. Consumer Decision Making. Communication and persuasion. How does advertising affect our behaviour. The importance of advertising. The process of communication. Feedback and evaluation. Cultural factors in advertising.
14. Hafta (19 - 23 Aralık)	14. Approaching a decision. How people make decisions. Heuristics. The consumer decision process. Marketing implications. The decision and its consequences. Purchasing processes. Post purchasing processes.
15. Hafta (24 – 30 Aralık)	FINAL SINAVLARI HAFTASI
16. Hafta	
17. Hafta	
18. Hafta	
19. Hafta	
20. Hafta	
21. Hafta	
22. Hafta	
23. Hafta	
24. Hafta	
25. Hafta	
26. Hafta	
27. Hafta	
28. Hafta	
