YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ DIŞA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Okul/Fakülte: İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
Bölüm/Program: Pazarlama -Türkçe

Ders Dili: Türkçe **Ders Kodu:** PAZL307
DersTürkçe İsmi: TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI
Ders İngilizce İsmi: CONSUMER BEHAVIOR
Dersi Verecek: Uzm. Tijen ZEYBEK
Dersin Türü: ZORUNLU **Dersin Seviyesi:** LİSANS
Yıl 3 **Semester** 6 **Dönem:** 6
Ders Kredisi: 3 **AKTS Kredisi:** 6 **Ders İşleme Biçimi:** YÜZ YÜZE
Teori(saat/hafta): 3,00 **Uygulama(saat/hafta):** 0,00 **Laboratuar(saat/hafta):** 0,00

Dersin İçeriği:	Tüketicilerin satın alma davranışlarının psikodinamiği ve bu dinamiğin oluşmasında etkili olan reklam, kampanya, moda vb ticari ya da toplumsal akımların incelenmesi.
Öğrenme Kazanımları:	İlgili kavramları/kuramları anlayabilecek İlgili kavram/kuramların geçerliliğini tarışabilecek İlgili kavram/kuramların, gerçek hayattaki muhtemel uygulamalarını tartışabilecek ve öneriler sunabilecek İlgili kavram/kuramların gerçek hayatta var olan uygulamalarını eleştirel olarak analiz edebilecek Sunum(lara)a hazırlık Yeni yaklaşım geliştirebilecek/yaratabilecek Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek /
Dersin Amaçları:	Belirlenen kavram(ları) açıklamak/anlatmak Belirlenen kavram(lar)ın geçerliliğini tartışmak. Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerin var olan bilgilerini geliştirmek Seçilen kavramlar bağlamında öğrencilerin fikirlerini/bilgilerini/kavrayışlarını geliştirmek Eleştirel düşünceyi geliştirmek
Öğrenci İş Yükü:	Ders saatleri Ara sınav Ara sınava hazırlık Final sınavı Final sınavına hazırlık Grup çalışması Sınıf içi tartışma(lar) Ödev(ler) Kısa ders anlatımları
AKTS Formülü:	
Kaynaklar:	1-Tüketici Davranışları - Prof. Dr. Ahmet Hamdi İslamoğlu, Prof. Dr. Remzi Altunışık 2-Tüketici Davranışı - Prof. Dr. Yavuz Odabaşı, Yrd. Doç. Dr. Gülfidan Barış Ayrıca yeni ve gücelliğini koruyan makaleler.
Değerlendirme:	Vize sınavı: %30 + quiz:%10 Final :%50 + quiz: %10
İşe Yerleştirme(Staj):	
Ön Koşul Ders Kodları:	PAZL303

1. Hafta (19 – 23 Eylül)	Tüketici Davranışlarına Giriş, Tüketici-Müşteri-Alıcı kavramları, Tüketici Davranışı Kavramı
2. Hafta (26 – 30 Eylül)	Tüketici Davranışının Pazarlamadaki Önemi
3. Hafta (3 – 7 Ekim)	Tüketici Davranış Modelleri- Klasik Açıklayıcı Model
4. Hafta (10 – 14 Ekim)	Ekonomik Model ve Freud'un Benlik Modeli
5. Hafta (17 – 21 Ekim)	Pavlow'un Şartlanmış Öğrenme Modeli ve Veblen'in Toplumsal Modeli
6. Hafta (24 – 28 Ekim)	Modern (Tanımlayıcı) Tüketici Davranış Modelleri
7. Hafta (31 - 4 Kasım)	ARA SINAV HAFTASI
8. Hafta (7 - 11 Kasım)	İhtiyaçlar, İstekler ve Tüketim
9. Hafta (14 – 18 Kasım)	Tüketim Olgusu ve Amaçları
10. Hafta (21 – 25 Kasım)	Kişilik ve Kendini Tanımlama
11. Hafta (28 - 2 Aralık)	Yaşam Tarzı
12. Hafta (5 – 9 Aralık)	Kültür
13. Hafta (12 -16 Aralık)	Sosyal Sınıflar ve Gruplar
14. Hafta (19 - 23 Aralık)	Konuların Genel Değerlendirmesi
15. Hafta (24 – 30 Aralık)	FİNAL SINAVLARI HAFTASI
16. Hafta	Genel Değerlendirme
17. Hafta	
18. Hafta	
19. Hafta	
20. Hafta	
21. Hafta	
22. Hafta	
23. Hafta	
24. Hafta	
25. Hafta	
26. Hafta	
27. Hafta	
28. Hafta	
