



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Tüketici Davranışları							
Ders Kodu		PRL112		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	2	İş Yüğü	50 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		İşletmelerde pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasında tüketici davranışlarının önemini vurgulayarak, bu bağlamda tüketici davranışlarının nasıl ve hangi faktörlerin etkisi altında oluştuğunun belirlenmesi, bu dersin amacını oluşturmaktadır.							
Özet İçeriği		Bu derste, tüketici davranışının pazarlamadaki önemi, tüketici davranışının özellikleri, tüketici davranışı ve pazarlama stratejisi ilişkisi ve tüketici davranışını etkileyen çeşitli faktörler ele alınacaktır.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir)							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
---	--

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Tüketici davranışı kavramı ve özellikleri
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
2	Teorik	Tüketici davranışının pazarlamadaki önemi
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
3	Teorik	Tüketici davranışı ve pazarlama stratejisi ilişkisi
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
4	Teorik	Tüketici davranışını etkileyen psikolojik faktörler-Öğrenme ve Bellek
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
5	Teorik	Güdüleme ve İlgilenim/ Duyum ve Algılama
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
6	Teorik	Tutumlar, tutumların değiştirilmesi ve duygular
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
7	Teorik	Kişilik ve benlik/ Değerler ve yaşam biçimi
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
8	Teorik	Sosyo-kültürel faktörler- Grup dinamiği ve danışma grubu/ Aile
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
9	Ara Sınav (Vize)	Vize
10	Teorik	Kişisel etkiler ve yeniliklerin yayılması
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
11	Teorik	Sosyal sınıf / Kültürün tüketici davranışlarına etkisi
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
12	Teorik	Tüketici davranışlarını etkileyen durumsal faktörler
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
13	Teorik	Tüketici karar alma sürecinin yapısı
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.
14	Teorik	Satın alma ve satın alma sonrası davranışlar
	Ön Hazırlık	ODABAŞI Yavuz, Tüketici Davranışı, Media Cat Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2011.



15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final
----	------------------------------	-------

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	1	1	28
Ara Sınav	1	10	1	11
Dönem Sonu Sınavı	1	10	1	11
Toplam İş Yükü (Saat)				50
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				2

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Pazarlama biliminde tüketici kavramını adlandırır
---	---

