



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Sporda Marka İletişimi ve Tüketici Davranışı							
Ders Kodu		SYB426		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	100 (Saat)	Teori	2	Uygulama	1	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu ders ile bireyin tüketim davranışına etki eden içsel ve dışsal faktörlerin anlaşılmasını sağlayarak tüketici davranışının tüm dinamiklerinin öğretilmesi amaçlanmaktadır. Ders kapsamında sürekli değişen tüketim olgusu ve güncel tüketici trendleri hakkında öğrenciler bilgilendirilir. Öğrencilerin tüketici davranışı ve tüketim alışkanlıklarına dair edindikleri teorik bilgileri pazarlama iletişimi ve reklam kampanyalarında etkin olarak kullanmalarını sağlamak amaçlanır.							
Özet İçeriğı		Pazarlama temel kavramları ve stratejileri, Çağdaş Pazarlama Anlayışında Tüketim, Tüketici Tipleri, Tüketici davranış Modeli, Tüketici psikolojik, sosyolojik, sosyo- psikolojik etkileri, Tüketiciyi etkileyen diğer faktörler, Kültür ve Yaşam Tarzı, Tüketici Satın alma Karar Süreci, Satın alma Sonrası Davranışlar.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Problem Çözme							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Doç. Dr. Hasan ULUKAN						

Ders Koşulları

AKTS Kredi Koşulu	150
-------------------	-----

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Koç, E. (2012). Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım. İstanbul: Seçkin.
2	Kılınç, O. E., & Yavuz, Ö. (2016). "Nöro pazarlama"ya giriş. İstanbul: Ortak İleşim.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Derse giriş
2	Teorik	Pazarlamanın temel kavramları
3	Teorik	Tüketici Davranışına Giriş
4	Teorik	Tüketici Psikolojisi: Algılama
5	Teorik	Tüketici Psikolojisi: Öğrenme ve Hafıza
6	Teorik	Tüketici Psikolojisi: Motivasyon ve İlgilenim
7	Teorik	Tüketici Psikolojisi: Tutumlar
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Tüketici Psikolojisi: Benlik ve Kişilik
10	Teorik	Tüketici Sinirbilimi
11	Teorik	Tüketici sosyolojisi: Referans grupları, aile ve cinsiyet
12	Teorik	Tüketici satın alma kararı
13	Teorik	Öğrenci sunumları
14	Teorik	Öğrenci sunumları
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final sınavı

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	9	2	3	45
Uygulamalı Ders	5	2	2	20
Bireysel Çalışma	2	10	1	22
Ara Sınav	1	4	2	6



Dönem Sonu Sınavı	1	5	2	7
Toplam İş Yüğü (Saat)				100
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Pazarlama ve tüketici davranışı arasındaki ilişkiyi kavrayabilecektir.
2	Tüketici karar alma sürecini açıklayabilecektir.
3	Dijital devrimin, tüketici karar verme süreci ve tüketici davranışı üzerindeki etkilerini tartışabilecektir.
4	Pazarlama görevleri ve onların tüketici davranışlarıyla ilişkisini kapsayan temel fonksiyonları değerlendirebilecektir.
5	Firmaların karşılaştığı pazarlama ve tüketici davranışı sorunlarına çözüm önerisi sunabilecektir.

Program Çıktıları (Spor Yöneticiliği Programı)

1	Spor yönetimi alanında uygulamaya yönelik bir problem çözümünde kullanılabilecek ilkeleri bilerek, çözüm önerileri geliştirebilmek
2	Spor yönetimi alanının disiplinlerarası (interdisipliner) yapısını anlayabilmek.
3	Spor endüstrisinin yanı sıra genel işletme alanlarının da yönetimi ile ilişkili bilgi, beceri ve değerleri üst düzeyde kavramak
4	Gerek ülkemizde gerekse Dünya'da sporu şekillendiren ve etkileyen iç ve dış faktörleri belirleyebilmek ve açıklayabilmek.
5	Seçmiş olduğu spor branşının teknik taktik ve yönetsel becerilerini kavramak ve yorumlayabilmek.
6	Proje ve program planları oluşturma, uygulama ve değerlendirme yeteneğini geliştirmek.
7	Spor organizasyonları için finansal stratejiler geliştirmek, bütçeleri, gelir kaynaklarını ve harcamaları değerlendirmek.
8	Etik davranışın spor organizasyonunun finansal, pazarlama ve yönetsel karar alma sürecini nasıl etkilediğini kavramak.
9	Sorunların çözümü sürecinde bağımsız çalışabilmek, inisiyatif kullanmak, yaratıcılık becerilerini geliştirmek ve takım çalışması yapabilmek.
10	Nitel ve nicel analizleri anlamak ve etkin olarak kullanabilmek.
11	Yazılı metinleri, sözel mesajları ve multi-medya sunumlarını, etkili bir şekilde üretmek, yorumlamak ve analiz etmek, fikirleri etkili ve yaratıcı bir şekilde iletmek.
12	Sosyal, kültürel ve entelektüel gelişim sağlamak.
13	Ulusal ve uluslararası spor yöneticileri ile spor yönetiminin temel alanları kapsamında iletişim kurabilme, bu kapsamda kişi ve kurumlarla birlikte proje hazırlayıp uygulayabilme
14	Ulusal ve uluslararası spor organizasyonlarını düzenleyen ve yürüten kamu kurum ve kuruluşlarını, yapı, görev ve süreç boyutlarında inceleyebilme ve kapsamlı rapor yazabilme
15	Pazarlama, ekonomi ve turizm disiplinleri doğrultusunda; spor pazarlaması, spor turizmi, sporun ekonomik boyutları, sporda halkla ilişkiler ve sponsorluk alanlarındaki kavram ve uygulamaları analiz etme, yorumlama ve öneriler geliştirme

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5			5	5
PÇ2	5			5	
PÇ3	5				
PÇ4	5			4	5
PÇ5		5			
PÇ7	5				
PÇ8	4			4	
PÇ10		5			4
PÇ11			5		
PÇ15					5

