DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Tüketici Davranışı	MBAD 510	Güz-Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	7.5

Akademik Birim:	
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Yüksek Lisans
Dersin Koordinatörü:	Ezgi MERDİN UYGUR
Dersin Amacı:	Bu dersin amacı tüketici davranışına dair temel terimleri, konseptleri ve tüketiciyi anlamaya dair aktiviteleri öğrencilere sunmak yanısıra mevcut teorik ve metodolojik yaklaşımlar ışığında tüketici davranışının çeşitli yönlerini incelemektir. Dersin bir diğer amacı da öğrencilere davranışsal araştırma yetenekleri ve ilgileri aşılamaktır.
Dersin İçeriği:	Dersin içeriğini tüketici davranışının psikolojik açıklamaları, içgörü edinme, beyinsel ve duyusal pazarlama kararları yanısıra kültür, sosyoloji ve dijital perspektifler (nöropsikoloji, beyin görüntüleme vs. teknikleri) oluşturmaktadır. Derste vaka çalışmaları, seçilmiş akademik makaleler, kitaplar ve sunumlardan oluşan bir metod mozaiği kullanılır. Ders davranışsal içgörü gerektiren diğer disiplinlere de hitap edecektir.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	yüzyüze

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Konular Giriş, Tüketici Davranışı Nedir?	ilgili bölüm
2	Tüketici İçgörüleri Nelerdir?	ilgili bölüm
3	Algı ve Dikkat	ilgili bölüm
4	Bilgi Arama ve Öğrenme Modelleri	ilgili bölüm
5	Kategorilerle Düşünme ve Önyargılar	ilgili bölüm
6	Hafıza ve Motivasyon	ilgili bölüm
7	ARASINAV	
8	Tutum Geliştirme ve ve Tutum Değişiklikleri	ilgili bölüm
9	Sosyal Etkilenme	ilgili bölüm
10	Duygular ve Duygu Durumu	ilgili bölüm
11	Kişilik ve Benlik	ilgili bölüm
12	Kültürel Etkiler ve Kritik Bakış Açısı	ilgili bölüm
13	sunumlar	
14	sunumlar	

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Global Edition, 12/E Michael R. Solomon

DİĞER KAYNAKLAR

Journal of Personality and Social Psychology, Journal of Consumer Research, Journal of Experimental Social Psychology, Journal of Consumer Behaviour, Personality and Social Psychology Bulletin, Psychology & Marketing makaleleri

The Handbook of Consumer Psychology, edited by Curtis Haugtvedt, Paul Herr and Frank Kardes, Lawrence Erlbaum Associates

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	10
Uygulama	5	10
Sunum/Jüri	1	20
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.)	2	20
Final Sınavı	1	40
Total:	**23**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yükü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Uygulama	5	2	10
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	20	20
Diğer Uygulamalara Hazırlık	1	18	18
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	4	5	20
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	37.5	37.5
Final Sınavı	1	40	40
Toplam İş Yükü (saat):			**187.5**

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek