

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Tüketici Davranışı	MBAD 510	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 aşılaktır.					
Dersin İçeriği:	Dersin içeriğini tüketici davranışının psikolojik açıklamaları, içgörü edinme, beyinsel ve duysal 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?	İlgili bölüm
2	Tüketici İçgörülerini Nelerdir?	İlgili bölüm
3	Algı ve Dikkat	İlgili bölüm
4	Bilgi Arama ve Öğrenme Modelleri	İlgili bölüm
5	Kategorilerle Düşünme ve Önyargılar	İlgili bölüm
6	Hafıza ve Motivasyon	İlgili bölüm
7	ARASINAV	
8	Tutum Geliştirme ve ve Tutum Değişiklikleri	İlgili bölüm
9	Sosyal Etkilenme	İlgili bölüm
10	Duygular ve Duygu Durumu	İlgili bölüm
11	Kişilik ve Benlik	İlgili bölüm
12	Kültürel Etkiler ve Kritik Bakış Açısı	İlgili 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 Yüğü (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 Yüğü (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