

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Tüketici Davranışında Seçilmiş Konular	BA 652	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	7.5
Akademik Birim:	Sosyal Bilimler Enstitüsü					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Doktora					
Dersin Koordinatörü:	Ezgi MERDİN UYGUR					
Dersin Amacı:	Bu ders mevcut teorik ve metodolojik yaklaşımlar ışığında tüketici davranışının çeşitli yönlerini incelemek ve literatürü genişletebilmek adına hipotezler, araştırma soruları ve fikirler üretmek yeni araştırma alanlarını öğrencilere sunmayı hedefler.					
Dersin İçeriği:	Dersin içeriğini tüketici davranışının psikolojik açıklamaları, iç görü edinme, beyinsel ve duyuşsal pazarlama kararları yanı sıra kültür, sosyoloji ve dijital perspektifler oluşturmaktadır. Derste vaka çalışmaları, seçilmiş akademik makaleler, kitaplar ve sunumlardan oluşan bir metot mozaïği kullanılır.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	1- Tüketici davranış terimlerine hakim olmak. 2- Kritik bir bakış açısına öğrencileri hazırlayabilmek. 3- Tüketici davranış ile ilgili güncel ve özgün araştırma soruları üretebilmek.					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Yüzyüze					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Giriş, Tüketici Davranış Nedir?	Zorunlu ve önerilen okumalar
2	Algı ve Dikkat	Zorunlu ve önerilen okumalar
3	Bilgi Arama ve Çıkarım Yapma Süreçleri	Zorunlu ve önerilen okumalar
4	Öğrenme Modelleri	Zorunlu ve önerilen okumalar
5	Kategorilerle Düşünme	Zorunlu ve önerilen okumalar
6	Hafıza ve Yargı	Zorunlu ve önerilen okumalar
7	Motivasyon ve Hedef	Zorunlu ve önerilen okumalar
8	Tutum Geliştirme	Zorunlu ve önerilen okumalar
9	Bilgi İşleme ve Tutum Değişiklikleri	Zorunlu ve önerilen okumalar
10	Duygular	Zorunlu ve önerilen okumalar
11	Kişilik ve Benlik	Zorunlu ve önerilen okumalar
12	Kültürel Etkiler	Zorunlu ve önerilen okumalar
13	Sunum	
14	Sunum	

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

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

DİĞER KAYNAKLAR

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

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	10
Proje	1	10
Sunum/Jüri	1	20
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.)	2	20
Final Sınavı	1	40
Total:	19	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Proje	1	10	10
Ödev	1	15	15
Diğer Uygulamalara Hazırlık	1	37.5	37.5
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	1	38	38
Final Sınavı	1	45	45
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
OC1								
OC2								

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek