

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|--|-----------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Uygulamalı Tüketici Davranışları | BUS 336 | Güz-Bahar | 03+00+00 | Seçmeli | 3 | 6 |
| Akademik Birim: | İşletme | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | -- | | | | | |
| Dersin Amacı: | Bu dersin amacı öğrencilerin bireysel tüketiciler hakkında daha derinlemesine bir görüş sahibi olmalarını hedefler. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | Tüketiciler, gördükleri reklamların ve bilginin niteliğini ve satın aldıkları markaların özelliklerini belirlemek için daha fazla güçlenmektedirler. Tüketicilerin daha fazla güçlendiği bir ortamda tüketici geri bildirimlerini anlamaya çalışacağız. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">• 1- Tüketici davranışlarını tanımlar ve motivasyon, algı, kişilik, yaşam tarzı ve değerlerin önemini açıklama edinimi• 2- Antropoloji, psikoloji, sosyoloji ve ekonomi alanından ödünç alınan tüketici davranışlarındaki farklı yaklaşımları ve teorileri tartışma edinimi• 3- Tüketici karar verme sürecini açıkla ve karlı ve uzun vadeli ilişki kurmak için pazarlama stratejileri geliştirme edinimi | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Yüz yüze | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---|-------------|
| 1 | Giriş | |
| 2 | Teknoloji ile Tüketici Davranışları | |
| 3 | Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar ve Konumlandırma | |
| 4 | Motivasyon ve Kişilik | |
| 5 | Algı | |
| 6 | Öğrenme | |
| 7 | Ara sınav | |
| 8 | Müşteri Tutumları | |
| 9 | Tüketiciyi İkna Etmek | |
| 10 | Baskı ve Yayın Reklamcılığında Sosyal Medya ve Mobile | |
| 11 | Referans Gruplar ve Fısıltı Pazarlaması | |
| 12 | Aile ve Sosyal Tutum | |
| 13 | Kültürün Etkileri | |
| 14 | Tüketici Karar Verme ve Yeniliklerin Yayılması | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek