

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı                          | Kodu  | Yarıyıl | T+U+L<br>(saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|---|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Tüketici İlgörüsü                   | ADV 202   | Bahar   | 01+04+00              | Seçmeli      | 3           | 6    |
| Akademik Birim:                     | İletişim Fakültesi  |         |                       |              |             |      |
| Öğrenim Türü:                       | Örgün Eğitim  |         |                       |              |             |      |
| Ön Koşullar                         | Yok   |         |                       |              |             |      |
| Öğrenim Dili:                       | İngilizce   |         |                       |              |             |      |
| Dersin Düzeyi:                      | Lisans  |         |                       |              |             |      |
| Dersin Koordinatörü:                | --  |         |                       |              |             |      |
| Dersin Amacı:                       | Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none"><li>• Tüketici odaklı (B2C) işletmeler için müşteri analizlerinde kullanılan kavramlar ve araçlar hakkında temel bir anlayış edinmeleri</li><li>• Tüketici ilgörüleri için temel nitel pazar araştırması bilgisi geliştirmeleri</li><li>• Tüketicilerin zihinlerinin nasıl çalıştığını anlamaları</li><li>• Tüketici davranışının sosyal ve kültürel belirleyicilerini anlamaları beklenmektedir.</li></ul>   |         |                       |              |             |      |
| Dersin İçeriği:                     | Bu derste, öğrenciler tüketici davranışlarını anlamak, yanıt vermek ve/veya değiştirmek için tüm pazarlama iletişimi öğelerini nasıl entegre edeceklerini öğrenirler. Derste öğrenciler tüketici verisine dayalı bölümlenme, hedef kitle oluşturma ve pozisyon oluşturma stratejileri geliştirmeyi deneyimleyeceklerdir.  |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):      | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Tüketicilerin nasıl karar verdiğini anlayabilmek</li><li>• <b>2-</b> Tüketicilerin perakende satış ortamlarında nasıl alışveriş yaptığına ilişkin temel bilgi geliştirme becerisiirilmemiş.</li><li>• <b>3-</b> Tüketicilerin gerçek güdülerini, ihtiyaçlarını ve isteklerini ortaya çıkarma becerisi</li><li>• <b>4-</b> Tüketici davranışında duygu ve duyguların rolünü anlama becerisiirilmemiş.</li></ul>  |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Tüketici ilgörüsünü Anlamak 2. İnsanı Keşfetmek 3. Tüketici Deneyimini Anlamak Modüller içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve bilgiyi içselleştirmek için kavramla ilgili küçük projeler yapmaları istenir. Projelerin yazılı raporları % 40 olarak değerlendirilirken, sunumların 0 olarak tanımlanmıştır. Genel notun geri kalanı,% 30, final sunumu ve raporu olarak değerlendirilir. |         |                       |              |             |      |

## HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular  | Ön Hazırlık   |
|-------|--|---|
| 1     | Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)                |   |
| 2     | İlgörü nedir, ne değildir?                               | Okuma ödevi   |
| 3     | Tüketici görüsü için nitel ve nicel pazar araştırması    | Okuma ödevi   |
| 4     | Hedef kitle, bölümlenme ve marka konumlandırma           | Okuma ödevi   |
| 5     | Sunumlar   | Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |
| 6     | Motivasyon ve algı                                       | Okuma ödevi   |
| 7     | Tutumlar ve ikna   | Okuma ödevi   |
| 8     | Tüketici davranışının sosyal ve kültürel belirleyicileri | Okuma ödevi   |
| 9     | Sunumlar   | Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |
| 10    | Satın alma süreci ve Alışveriş davranışı                 | Okuma ödevi   |
| 11    | Tüketici Duyguları                                       | Okuma ödevi   |

|    |                   |  |
|----|-------------------|--|
| 12 | Tüketici Deneyimi | Okuma ödevi  |
| 13 | Sunumlar          | Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.        |
| 14 | Proje Sunumları   | Grup projesi ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |

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

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Gerekli / önerilen tüm okumalar dijital / rezerv ders okumaları paketi şeklinde sağlanacaktır (KHASLearn ve / veya KHAS Bilgi Merkezi'nde mevcuttur)

## DİĞER KAYNAKLAR

|  |
|--|
|  |
|--|

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı      | Katkı Payı (%) |
|-------------------------|-----------|----------------|
| Katılım                 | 12        | -              |
| Proje                   | 4         | 40             |
| Sunum/Jüri              | 4         | 30             |
| Proje Raporları         | 1         | 30             |
| <b>Total:</b>           | <b>21</b> | <b>100</b>     |

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler                   | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|-------------------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati                    | 14     | 3             | 42                    |
| Proje                         | 4      | 12            | 48                    |
| Sunum/Jüriye Hazırlık         | 4      | 10            | 40                    |
| Proje Raporlarının Sunumu     | 1      | 20            | 20                    |
| <b>Toplam İş Yüğü (saat):</b> |        |               | <b>150</b>            |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

| #   | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| OC1 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| OC2 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| OC3 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| OC4 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek