

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Tüketici İçgörüsü	ADV 202	Bahar	03+00+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: • Tüketici odaklı (B2C) işletmeler için müşteri analizlerinde kullanılan kavramlar ve araçlar hakkında temel bir anlayış edinmeleri • Tüketici içgörülerini için temel nitel pazar araştırması bilgisi geliştirmeleri • Tüketicilerin zihinlerinin nasıl çalıştığını anlamaları • Tüketici davranışının sosyal ve kültürel belirleyicilerini anlamaları beklenmektedir.					
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 bölümler, hedef kitle oluşturma ve pozisyon oluşturma stratejileri geliştirmeyi deneyimleyeceklerdir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• 1- Tüketicilerin nasıl karar verdiğini anlayabilmek • 2- Tüketicilerin perakende satış ortamlarında nasıl alışveriş yaptığını ilişkin temel bilgi geliştirme becerisiirilmemiş. • 3- Tüketicilerin gerçek güdülerini, ihtiyaçlarını ve isteklerini ortaya çıkarma becerisi • 4- Tüketici davranışında duygu ve duyguların rolünü anlama becerisiirilmemiş.					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Tüketici İçgörüsünü 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	Orientation Week (Introduction and course plan)	
2	What is/isn't insight?	Selected readings
3	Qualitative and quantitative market research for consumer insights	Selected readings
4	Target audience, segmentation and brand positioning	Selected readings
5	Presentations	Oral presentation about the module and delivering project reports.
6	Motivation and Perception	Selected readings
7	Attitudes and Persuasion	Selected readings
8	Social and cultural determinants of consumer behavior	Selected readings
9	Presentations	Oral presentation about the module and delivering project reports.
10	Buying Process and Shopping Behavior	Selected readings

11	Consumer Emotions	Selected readings
12	Consumer Experience	Selected readings
13	Presentations	Selected readings
14	Project Presentations & Review Week	Oral presentations and delivering project reports

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
Total:	21	100

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
Toplam İş Yüğü (saat):			150

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#
OC1
OC2
OC3
OC4

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek