

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Tüketici Davranışları	AD 215	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	6
Akademik Birim:	Reklamcılık					
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Perrin ÖGÜN EMRE					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: 1.Pazarlama iletişimi elementlerini ve tüketici davranışını anlamak, cevaplamak ve-veya değiştirmek için bütünleştirmeyi anlamalarını 2.Pazar bölümlemesi, hedef kitle seçimi ve pozisyon oluşturma stratejileri geliştirmeyi öğrenmeleri beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	Ders, tüketici davranışını etkileyen temel pazarlama ve promosyon kavramlarını irdeler. Derste öğrenciler bölümleme, hedef kitle oluşturma ve pozisyon oluşturma stratejileri geliştirmeyi deneyimleyeceklerdir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	1- Tüketicilerin karar süreçlerini etkileyen başlıca kişisel, sosyal ve kültürel faktörlerin tespit edebilmek 2- Tüketimle ilgili kararlarda tüketicilerin geçtiği aşamaları anlamak ve analiz etmek 3- Tüketicilerin nasıl karar verdiklerinin özünü anlamak ve pazarlamacılar için anlamını değerlendirmek 4- Reklamcılığın tüketicilerin karar verme süreçlerine nasıl etki ettiğini anlamak 5- Eleştirel düşünmeyi, kültürlerarası farklılıkları,yazılı ve sözlü iletişim becerilerini geliştirmek					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Görsel destekli ders slaytları, makaleler, basılı ve tv reklamları, yüzyüze tartışma, soru&cevap.					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlamanın temelleri	Schiffman and Kanuk Ch. 1
2	Bölümleme ve hedef kitle	Schiffman and Kanuk Ch. 3
3	Algı	Schiffman and Kanuk Ch. 6
4	Motivasyon ve değer	Schiffman and Kanuk Ch. 4
5	Kişilik	Schiffman and Kanuk Ch. 5
6	Hayat tarzları	
7	Ara sınav	
8	Tavır ve ikna	Schiffman and Kanuk Ch. 8
9	Grup etkisi ve fikir liderliği	Schiffman and Kanuk Ch. 10
10	Alışveriş deneyimi	
11	Alt kültürler	Schiffman and Kanuk Ch. 13
12	Grup projesi sunumları	
13	Grup projesi sunumları	

14	Grup projesi sunumları	
----	------------------------	--

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Consumer Behavior by Schiffman, Leon and Kanuk, Leslie

DİĞER KAYNAKLAR

İnternet materyalleri, ödevler ve projeler.

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Proje	1	20
Ödev	4	20
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.)	1	20
Final Sınavı	1	40
Total:	7	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Proje	1	60	60
Ödev	4	4	16
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	15	15
Final Sınavı	1	17	17
Toplam İş Yüğü (saat):			150

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

OC1	2	2	3	1	3			2	3	
OC2						3			3	
OC3	2	3	3	1						
OC4					3	3			3	
OC5		1			1			2		

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek