

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L	Türü Z / S	KHAS Kredisi	AKTS
Tüketici Davranışları	AD 215	3	3+0+0	S	3	6

Akademik Birim	Reklamcılık
Öğrenim Türü	Örgün
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili	İngilizce
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Koordinatörü	Yrd. Doç. Dr. Ayşe Binay Kurultay
Dersi Verenler	Yrd. Doç. Dr. Ayşe Binay Kurultay
Dersin Yardımcıları	
Dersin Amacı	<p>Bu dersi alan öğrencilerin</p> <ul style="list-style-type: none">Pazarlama iletişimi elementlerini ve tüketici davranışını anlamak, cevaplamak ve-veya değiştirmek için bütünleşirmeyi anlamalarınıPazar bölümlenmesi, hedef kitle seçimi ve pozisyon oluşturma stratejileri geliştirmeyi öğrenmeleri beklenmektedir.
Dersin İçeriği	<p>Ders, tüketici davranışını etkileyen temel pazarlama ve promosyon kavramlarını irdeler. Derste öğrenciler bölümlenme, hedef kitle oluşturma ve pozisyon oluşturma stratejileri geliştirmeyi deneyimleyeceklerdir.</p>
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ)	<p>Bu dersi başarıyla bitiren öğrenciler:</p> <ul style="list-style-type: none">Tüketicilerin karar süreçlerini etkileyen başlıca kişisel, sosyal ve kültürel faktörleri tespit edebileceklerdir,Tüketimle ilgili kararlarda tüketicilerin geçtiği aşamaları anlayabilecekler ve analiz edebileceklerdir,Tüketicilerin nasıl karar verdiklerinin özünü anlamak ve pazarlamacılar için anlamını değerlendirebileceklerdir,Reklamcılığın tüketicilerin karar verme süreçlerine nasıl etki ettiğini anlayabileceklerdir,Eleştirel düşünmeyi, kültürlerarası farklılıkları, yazılı ve sözlü iletişim becerilerini geliştirebileceklerdir.
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	<p>Görsel destekli ders slaytları, makaleler, basılı ve tv reklamları, yüzyüze tartışma, soru&cevap.</p>

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlamanın temelleri	Schiffman and Kanuk Ch. 1
2	Bölümlenme 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	

Ders Notu	Consumer Behavior by Schiffman, Leon and Kanuk, Leslie
Diğer Kaynaklar	Internet materyalleri, ödevler ve projeler.

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI (ÖÇ)/PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) MATRİSİ

	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10
ÖÇ1	1	2	2	3	1	3			2	3
ÖÇ2							3			3
ÖÇ3		2	3	3	1					
ÖÇ4						3	3			3
ÖÇ5			1			1			2	

3	Üst Seviyede Destekleniyor	2	Orta Seviyede Destekleniyor	1	Alt Seviyede Destekleniyor
---	----------------------------	---	-----------------------------	---	----------------------------

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ			AKTS / İŞ YÜKÜ			
Yarıyıl Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)	Etkinlikler	Sayı	Süre	Toplam İş Yüğü (Saat)
Katılım			Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar			Laboratuvar			
Uygulama			Uygulama			
Arazi Çalışması			Arazi Çalışması			
Proje	1	20	Proje	1	60	60
Ödev	4	20	Ödev	4	4	16
Sunum/Jüri			Sunum/Jüriye Hazırlık			
Derse Özgü Staj			Derse Özgü Staj			
Diğer Uygulamalar (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			Diğer Uygulamalara Hazırlık (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)	1	20	Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)			
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar			Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar (Sınav süresi ve sınava hazırlık)	1	18	15
Final Sınavı	1	40	Final Sınavı(Sınav süresi ve sınava hazırlık)	1	17	17
TOPLAM		%100	TOPLAM İŞ YÜKÜ			150 Saat 6 AKTS
AKTS kredisi, toplam iş yükünün 25'e bölümüdür. (1 AKTS = 25 saatlik iş yükü)						