

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME BÖLÜMÜ**

**DERS BİLGİ FORMU**

**Dersin Ayrıntıları**

Dersin Adı	Tüketici Davranışı			
Dersin Kodu	Sınıfı	Yarıyılı	T+U+L Saat	AKTS
BWL014	3 ve/veya 4	Seçmeli	2+2+0	6

Dersin Dili	Almanca				
Dersin Düzeyi	Lisans	X	Yüksek Lisans		Doktora
Bölümü/Programı	İşletme				
Eğitim Türü	Yüz yüze				
Dersin Türü	Zorunlu		Seçmeli		X
Dersin Amacı	Dersin amacı pazarlama için büyük önem taşıyan tüketicilerin satın alma kararlarını incelemek ve burada etkili olan faktörleri ele almaktır.				
Dersin İçeriği	Bu ders kapsamında satın almayı etkileyen ilgi, duygu, bilgi, değer ve kişilik özellikleri gibi farklı insani durumlar ele alınmaktadır. Bilgi edinme ve bu bilginin bellekte değerlendirilmesi, öğrenme, tüketici satın alma karar süreçleri ve müşteri memnuniyeti konuları ele alınmaktadır.				
Ön Koşulları	-				
Dersin Koordinatörü	Doç. Dr. A. Bahar CERİTOĞLU				
Dersi Verenler	Doç. Dr. A. Bahar CERİTOĞLU				
Dersin Yardımcıları	Henüz belli değil				
Dersin Staj Durumu	-				

**Ders Kaynakları**

Ders Notu	Foscht, B.; Swoboda, B. (2004): Käuferverhalten, Wiesbaden 2004.
Diğer Kaynaklar	1. Hoyer, W. D.; MacInnis, D. (1997): Consumer Behavior, Boston 1997. 2. Kroeber-Riel, W.; Weinberg, P. (2003): Konsumentenverhalten, 8. Aufl., München 2003. 3. Solomon, M.; Bamossy, G.; Askegaard, S. (2002): Consumer Behaviour: A European Perspective, 2. Aufl., Harlow 2002. 4. Trommsdorff, V. (1998): Konsumentenverhalten, 3. Aufl., Stuttgart et al. 1998.

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME BÖLÜMÜ**

**DERS BİLGİ FORMU**

**Materyal Paylaşımı**

Dokümanlar	-
Ödevler	-
Sınavlar	-

**Dersin Yapısı**

Matematik ve Temel Bilimler	%
Mühendislik Bilimleri	%
Mühendislik Tasarımı	%
Sosyal Bilimler	25%
Eğitim Bilimleri	%
Fen Bilimleri	%
Sağlık Bilimleri	%
Alan Bilgisi	75%

**Değerlendirme Sistemi**

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayısı	Katkı%
Ara Sınav	1	40%
Kısa Sınav		%
Ödev		%
Sunum		%
Devam		%
Uygulama		%
Proje		%
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60%
Toplam	2	100%

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME BÖLÜMÜ**

**DERS BİLGİ FORMU**

**AKTS / İş Yüğü Tablosu**

Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü(Saat)
Ders Süresi	15	2	30
Sınıf Dışı Ç. Süresi			
Ödevler			
Sunum/Seminer Hazırlama			
Ara Sınavlar	1	75	75
Uygulama			
Laboratuvar			
Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	75	75
Toplam İş Yüğü		180	
Toplam İş Yüğü / 30 (s)		6	
Dersin AKTS Kredisi		6	

**Dersin Öğrenme Çıktıları**

Sıra No	Açıklama
1	Tüketici davranışları teorisinin irdelenmesi
2	Tüketici davranışlarındaki değişim gelişimlerin belirlenmesi ve işletmeler açısından önemi
3	Tüketici davranışı ve pazarlama karması ile ilişkilendirmesi

**Ders Konuları**

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dokümanlar
1	Tüketici davranışları kavramına giriş		
2	Satın alma süreci ve tüketici davranış modelleri		
3	İhtiyaçlar ve Tüketim		
4	Motivasyon ve ilgilenim		

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME BÖLÜMÜ**

**DERS BİLGİ FORMU**

5	Algılama kavramı ve süreci		
6	Öğrenme kavramı ve öğrenme teorileri		
7	Tutum kavramı ve tutumların ölçülmesi		
8	Kişilik kuramları		
9	Ara Sınav		
10	Yaşam Tarzı ve pazarlama stratejileri		
11	Kültür kavramı ve pazarlama stratejileri		
12	Sosyal sınıf ve sosyal gruplar		
13	Pazarlama İletişimi		
14	Örgütsel satın alma davranışı		
15	Konuların tekrarı ve sınava hazırlık		

**Dersin Program Çıktılarına Katkısı**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
<b>TÜM</b>	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2
<b>Ö1</b>	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
<b>Ö2</b>	1	1	3	2	1	1	1	3	3	1	2
<b>Ö3</b>	2	2	3	2	3	1	1	3	3	1	2

**Katkı Düzeyi: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek**

**Hazırlayan:**

**Doç. Dr. A. Bahar CERİTOĞLU**

**Güncelleme Tarihi:**

**17.03.2020**