|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **DERS BİLGİLERİ** | | | | | |
| **Ders** | *Kodu* | *Yarıyıl* | *T+U+L Saat* | *Kredi* | *AKTS* |
| Tüketici Davranışında İleri Konular | DBA 644 | Güz / Bahar | 3+0+0 | 3 | 10 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ön Koşul Dersleri** | - |

|  |  |
| --- | --- |
| **Dersin Dili** | İngilizce |
| **Dersin Seviyesi** | Lisansüstü -Doktora |
| **Dersin Türü** | Bölüm Seçmeli |
| **Dersin Koordinatörü** | Dr. Öğretim Üyesi Özge Kirezli |
| **Dersi Verenler** | Dr. Öğretim Üyesi Özge Kirezli |
| **Dersin Yardımcıları** | - |
| **Dersin Amacı** | Bu dersin amaçları:  • Kapsamlı tüketici davranış modelleri hakkında çeşitli kavramsal ve metodolojik bakış açılarını anlamak.  • “Modern tüketici” yi açıklığa kavuşturmak için gerekli tüketici araştırma tekniklerini anlamak.  • Tüketici yabancılaşması, tüketicinin korunması, yeşil tüketiciler, etik tüketici ve gönüllü basitlik gibi çağdaş tüketici davranışı konularını anlamak.  • Belirli bir tüketici davranışı araştırma konusu hakkında tam bir makale deneyimlemek ve gerçek tüketiciler üzerinde ampirik bir çalışma yapmak. |
| **Dersin İçeriği** | Bütünleştirici bir yaklaşımla, başarılı pazarlama stratejileri oluşturmak / müşteri memnuniyeti ve sadakatinin nihai hedefine ulaşmak için tüketicilerin pazarda nasıl hareket ettiklerini anlamak. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** | **Program Öğrenme Çıktıları** | **Öğretim Yöntemleri** | **Ölçme Yöntemleri** |
| 1. Geleneksel ve çağdaş tüketici davranış teorilerini açıklayabilmek | 1,2,3,4 | 1,2,3 | A,B,C,D |
| 1. Farklı tüketici araştırma tekniklerinin avantajlarını ve sınırlamalarını tanımlamak | 1,2,3,4 | 1,2,3 | A,B,C,D |
| 1. Ulusal değer sistemleri ve kökenleri ve tüketim kalıplarındaki kültürün etkileri konusunda farkındalığa sahip olmak | 5,8,9,10 | 1,2,3 | A,B,C,D |
| 1. Ürün / hizmet konumlandırma sürecinde hem tutum oluşumu hem de tutum değişikliği için stratejileri araştırmak | 4,5,8,9,10 | 1,2,3 | A,B,C,D |
| 1. Farklı tüketici segmentleri için motivasyon tekniklerini tanımlamak / kullanmak için belirli kişisel ve sosyal faktörleri analiz etmek | 4,5,8,9,10 | 1,2,3 | A,B,C,D |

|  |  |
| --- | --- |
| **Öğretim Yöntemleri:** | 1:Anlatım, 2:Soru-Cevap, 3:Tartışma, 4:Vaka Analizi, 5.Workshop, 6. Problem Çözme |
| **Ölçme Yöntemleri:** | A:Sınav, B:Sunum, C: Ödev , D:Proje |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DERS AKIŞI** | | |
| **Hafta** | **Konular** | **Ön Hazırlık** |
| 1 | Giriş  Tüketici davranışı disiplininin tarihi Tüketici davranışı ile ilgili genel kavramlar | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 2 | Tüketici davranışı ve tüketici toplumu  Tüketim Kültürü ve Modernite: Pazarın Özgürlükleri; Tüketim ve Kültür | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 3 | Tüketici Davranışı Üzerine İç Etkiler –Algılar, Öğrenme ve Bellek | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 4 | Tüketici Davranışı-Motivasyon ve Etkisi, Benlik ve Cinsiyet Kimliği | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 5 | Tüketici Davranışı Üzerine İç Etkiler- Kişilik, Yaşam Tarzları ve Değerler | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 6 | Tüketici Davranışı Üzerine İç Etkiler- Tüketici Tutum Oluşumu ve Değişimi | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 7 | ARA SINAV |  |
| 8 | Kültürün Tüketici Davranışına Etkisi: Alt Kültürler ve Tüketici Davranışı  Kültürlerarası Tüketici Davranışı: Uluslararası Bir Bakış | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 9 | Tüketici Davranışına Sosyal Etkiler - Aile ve Sosyal Durumu | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 10 | Tüketici Davranışlarına Sosyal Etkiler - Referans Gruplar, Ağızdan Ağıza, Grup Etkileri ve Sosyal Medya | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 11 | Tüketici Davranışında İkna Edici İletişim | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 12 | Tüketici Karar Verme ve Yeniliklerin Yayılması | Ders slaytları, Kitap bölümleri, Akademik Makaleler |
| 13 | Proje Sunumları |  |
| 14 | Proje Sunumları |  |
| 15 | Proje Sunumları |  |
| 16 | Proje Sunumları |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **KAYNAKLAR** | |
| **Ders Notu** | Leon G. Schiffman , Leslie Kanuk and Havard Hansen “Consumer Behaviour A European Outlook”, Pearson, 2nd Edition.  Micheal Solomon, Margaret K. Hogg, Søren Askegaard and Gary Bamossy “Consumer Behaviour: An European Perspective”, Pearson, 7th Edition. |
| **Diğer Kaynaklar** | Marieke de Mooij, “Consumer Behavior & Culture, Consequences for Global Marketing & Advertising”, Sage Publications.  Coskun Samli, “International Consumer Behavior in the 21st Century”, Springer Publications.  Specific articles from Journal of Consumer Psychology , Journal of Retailing and Consumer Services , Journal of Consumer Culture , Journal of Consumer Marketing ,Journal of Consumer Behaviour, International Journal of Consumer Studies and Research in Consumer Behavior |

|  |  |
| --- | --- |
| **MATERYAL PAYLAŞIMI** | |
| **Dokümanlar** | COADSYS vasıtasıyla ders sunumları, okumalar ve makaleler |
| **Ödevler** | Makale ödevleri |
| **Sınavlar** | Arasınav |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DEĞERLENDİRME SİSTEMİ** | | |
| **YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI** | **SAYI** | **KATKI YÜZDESİ** |
| Ara Sınav | 1 | 20 |
| Makale Ödevleri | 3 | 30 |
| Final Projesi (Bireysel) | 1 | 50 |
| **Toplam** |  | **100** |

|  |  |
| --- | --- |
| **DERS KATEGORİSİ** | Uzmanlık / Alan Dersleri |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI** | | | | | | | |
| No | Program Öğrenme Çıktıları | Katkı Düzeyi | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| 1 | Doktora adayları işletme (organizasyon ve yönetim, örgüt davranış, pazarlama, finans, muhasebe, insan kaynakları, üretim teknolojisi, vb.) ve sosyal bilimler alanlarında geliştirilmiş bulunan çok sayıda kuram, model ve paradigmalara ilişkin farklı bakış açılarını öğrenir, bu konularda çeşitli bilimsel toplantılarda sunulan bilimsel çalışma ve araştırmaları değerlendirme, yorumlama ve eleştirme bilgi ve becerisi kazanır. |  |  |  |  | x |  |
| 2 | Doktora adayları günümüzde gerek işletme alanına gerekse sosyal bilimlerin diğer alanlarına ilişkin değişim, yenilik ve gelişmeleri yakından izlemeyi, yorumlamayı ve bu bilgilerin ışığında uygulayıcılar olarak örgütsel/yönetsel sorunları saptamayı ve gerekli yenilikçi ve yaratıcı çözümler üretmeyi öğrenir |  |  |  |  | x |  |
| 3 | Doktora adayları işletme ve genel olarak sosyal bilimlerde en son yenilikleriyle araştırma yöntemlerini kullanarak bağımsız olarak ya da diğer araştırmacılarla ortaklaşa özgün bilimsel/akademik araştırmalar yapma, araştırmalarının sonuçlarını kitap, makale ve raporlar halinde yayınlama ve bilimsel ortamlarda tartışılmak üzere sunma bilgi, beceri ve sorumluluğu kazanır. |  |  |  |  | x |  |
| 4 | Doktora adayları kendilerini Üniversitede yaratılan bilimsel ortamda, seçkin öğretim üyeleri, özenle seçilen misafir konuşmacılar ve birlikte eğitim gördükleri diğer grup arkadaşlarıyla yakın ilişkiler içinde, sürdürülebilir bir çevre, toplumsal sorumluluk ve aktif bir vatandaşlık bilincine sahip, etik ilkelere dayalı birer örnek insan, yönetici, lider ya da akademisyen olarak gelişirler. |  |  | x |  |  |  |
| 5 | Doktora adayları küreselleşen bir dünyada yönettikleri ulusal ve uluslararası örgütlerde çalışanların giderek artan bir biçimde farklı geçmiş ve kültürlerden geldiklerini, şirket evliliklerinde yaşanılan kültürel çatışmaları ve işgücünün ülkeler arası hareketliliğini yaşayarak ve bilimsel ortamlarda tartışarak öğrenir ve kültürel farklılıkları başarıyla yönetebilen liderler/yöneticiler olarak gelişirler. |  |  |  | x |  |  |
| 6 | Doktora adayları görev yaptıkları kuruluşlarda uzun vadeli stratejik planlamaya ve planların uygulanmasına ilişkin rasyonel kararlar verebilen, vizyon sahibi liderler olma niteliklerini kazanırlar. |  |  | x |  |  |  |
| 7 | Doktora adayları stratejik yönetimin bir ekip çalışması olduğunu ve ancak ekiplerle çalışılarak sonuçlara ulaşılabileceğini öğrenirler. |  |  | x |  |  |  |
| 8 | Doktora adayları sosyal bilimlerin farklı alanlarında geliştirilmiş bulunan bilgilerin geniş ölçüde çakıştıklarını ve birbirlerini tamamladıklarını görür ve bilimsel çalışmalarda disiplinler arası bir yaklaşıma ve bakış açısına sahip olmanın kaçınılmaz olduğunu öğrenir. |  |  | x |  |  |  |
| 9 | Doktora adayları sürdürdükleri uzun süreli doktora çalışmalarında sürekli olarak İngilizce yazdıkları ve sözlü sunumlar yaptıkları ve bu çalışmalarının geliştirilmesi yönünde eleştirildikleri için gerek ana dilde gerekse İngilizcede etkin iletişim becerileri kazanırlar. |  |  |  |  | x |  |
| 10 | Doktora adayları sosyal bilimlerde ve işletme alanında bilgi üretiminin ve değişimin ne kadar hızlı olduğunu yakından görür ve yaşam boyu öğrenmenin kaçınılmaz olduğunu yaşayarak öğrenir. |  |  |  | x |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU** | | | |
| Etkinlik | SAYISI | Süresi (Saat) | Toplam İş Yükü (Saat) |
| Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 16x toplam ders saati) | 16 | 3 | 48 |
| Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi(Ön çalışma, pekiştirme) | 16 | 4 | 64 |
| Ara Sınav | 1 | 20 | 20 |
| Makale Ödevleri | 3 | 30 | 60 |
| Final Projesi ve Sunumu | 1 | 60 | 60 |
| **Toplam İş Yükü** |  |  | 252 |
| **Toplam İş Yükü / 25 (s)** |  |  | 10,08 |
| **Dersin AKTS Kredisi** |  |  | 10 |