

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Consumer Behavior / Consumer Behavior	
Ders Kodu / Course Code	EISL505	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master without Thesis / Master without Thesis	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	English / English	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere tüketici davranışının temel kavramlarını, teorilerini ve uygulamalarını öğretmek, öğrencilerin tüketicilerin satın alma süreçlerini, karar verme faktörlerini ve motivasyonlarını anlamalarını sağlamaktır. Ayrıca, öğrencilerin pazarlama stratejilerini tüketici davranışı perspektifiyle analiz etme ve pazarlama kararlarını bu bilgiler doğrultusunda planlama becerilerini geliştirmeleri hedeflenmektedir	The aim of this course is to teach students the fundamental concepts, theories, and applications of consumer behavior, and to enable them to understand consumers' buying processes, decision-making factors, and motivations. Additionally, the course aims to develop students' ability to analyze marketing strategies from the perspective of consumer behavior and to plan marketing decisions based on this knowledge.
İçeriği / Content		
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	"Consumer Behavior: Buying, Having, and Being" by Michael R. Solomon "Consumer Behavior" by Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk "Understanding Consumer Decision Making: The Means-End Approach to Marketing and Advertising Strategy" by Thomas J. Reynolds and Jerry C. Olson	"Consumer Behavior: Buying, Having, and Being" by Michael R. Solomon "Consumer Behavior" by Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk "Understanding Consumer Decision Making: The Means-End Approach to Marketing and Advertising Strategy" by Thomas J. Reynolds and Jerry C. Olson
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Tüketici davranışının temel kavramlarını ve teorilerini anlama.	Understand the basic concepts and theories of consumer behaviour.
2	Tüketici satın alma karar sürecini analiz etme ve anlama becerisi geliştirme.	Develop the ability to analyze and understand the consumer purchase decision process.
3	Tüketici motivasyonu, tutumları ve davranışlarını inceleme ve değerlendirme yeteneği geliştirme.	Examine and evaluate consumer motivation, attitudes, and behaviours.
4	Pazarlama stratejilerinin tüketici davranışına etkilerini analiz etme.	Analyze the impact of marketing strategies on consumer behaviour.
5	Tüketici davranışında kültürel, sosyal ve psikolojik faktörleri anlama ve uygulama becerisi geliştirme.	Understand and apply cultural, social, and psychological factors in consumer behaviour.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Davranışı Nedir?				
	What is Consumer Behaviour?				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Karar Verme Süreci				
	Consumer Decision-Making Process				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Motivasyonu				
	Consumer Motivation				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Algısı				
	Consumer Perception				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Öğrenmesi				
	Consumer Learning				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Kişilikleri				
	Consumer Personalities				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Tutumları				
	Consumer Attitudes				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Grupları ve Kültür				
	Consumer Groups and Culture				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Satın Alma Davranışı				
	Consumer Buying Behaviour				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Sadakati				
	Consumer Loyalty				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Bölümlendirmesi				
	Market Segmentation				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka ve Marka Tercihi				
	Brand and Brand Preference				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve Tüketici Davranışı				
	Advertising and Consumer Behaviour				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Pazarlama ve Tüketici Davranışı				
	Digital Marketing and Consumer Behaviour				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:		100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:		

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	75.00	75.00
Final Sınavı / Final Examination	1	75.00	75.00
Toplam / Total:	2	150.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Tüketici davranışının temel kavramlarını ve teorilerini anlama. / Understand the basic concepts and theories of consumer behaviour.	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.Tüketici satın alma karar sürecini analiz etme ve anlama becerisi geliştirme. / Develop the ability to analyze and understand the consumer purchase decision process.	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
3.Tüketici motivasyonu, tutumları ve davranışlarını inceleme ve değerlendirme yeteneği geliştirme. / Examine and evaluate consumer motivation, attitudes, and behaviours.	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
4.Pazarlama stratejilerinin tüketici davranışına etkilerini analiz etme. / Analyze the impact of marketing strategies on consumer behaviour.	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
5.Tüketici davranışında kültürel, sosyal ve psikolojik faktörleri anlama ve uygulama becerisi geliştirme. / Understand and apply cultural, social, and psychological factors in consumer behaviour.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high