

 ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ	ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ BÜYÜKKUTLU UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ DERS PLANI (SYLLABUS)	Doküman No	BUB-FRM-0011
		Yürürlük Tarihi	01.09.2025
		Revizyon Tarihi	-
		Revizyon No	-
		Sayfa No	1 / 1

Ders Adı: Tüketici Davranışları

1. Ders Bilgileri

Ders Kodu	UYT802
Dersin Adı	Tüketici Davranışları
Yarıyıl	6. Yarıyıl
Teori/Uygulama	3 / 0
Kredi	2
AKTS	3
Dersin Sorumlusu	Dr. Öğr. Üyesi Ferdi AKBIYIK
İletişim	ferdiakbiyik@isparta.edu.tr
Ofis	2. Kat 212 nolu oda
Açık Ofis Saati	Salı günleri 11:00 13:00 arası

2. Dersin Amacı

Bu dersin amacı, tüketicilerin satın alma öncesi, satın alma sırası ve satın alma sonrası davranışlarını etkileyen bireysel, psikolojik, sosyokültürel ve durumsal faktörleri analiz etmeyi öğretmektir. Öğrencilerin; tüketici karar verme süreçlerini anlayabilmeleri, tüketici davranışlarını açıklayan kuramsal yaklaşımları yorumlayabilmeleri ve pazarlama stratejilerinde tüketici odaklı bakış açısı geliştirebilmeleri hedeflenmektedir.

3. Öğrenme Çıktıları

Bu dersin sonunda öğrenciler:

Tüketici davranışları kavramını ve pazarlama içindeki yerini açıklar.

Tüketici karar verme sürecinin aşamalarını analiz eder.

Algı, öğrenme, tutum ve motivasyon gibi psikolojik faktörleri açıklar.

Kültürel, sosyal ve demografik faktörlerin tüketici davranışlarına etkisini değerlendirir.

Tüketicinin bilgi arama ve alternatif değerlendirme süreçlerini analiz eder.

Satın alma ve satın alma sonrası davranışları yorumlar.

Marka tercihi ve tüketici tutumları arasındaki ilişkiyi açıklar.

Dijitalleşmenin ve yeni teknolojilerin tüketici davranışlarına etkisini değerlendirir.

Etik ve sürdürülebilir tüketim davranışlarını analiz eder.

Tüketici davranışları kavramını ve finansal hizmetler bağlamındaki önemini açıklar.

4. Haftalık Ders Planı

Hafta	İçerik
1	Tüketici Davranışlarına Giriş
2	Tüketici Davranışları Modelleri
3	Tüketici Karar Verme Süreci
4	Algı ve Öğrenme
5	Motivasyon ve Tutumlar
6	Kişilik, Benlik Kavramı ve Yaşam Tarzı
7	Kültür, Alt Kültür ve Sosyal Sınıf
8	Ara Sınav
9	Referans Grupları, Aile ve Sosyal Etkiler
10	Bilgi Arama ve Alternatiflerin Değerlendirilmesi
11	Satın Alma Davranışı
12	Satın Alma Sonrası Davranışlar ve Tüketici Tatmini
13	Dijital Tüketici ve Online Satın Alma Davranışları

5. Değerlendirme

Ara Sınav	%40
Final Sınavı	%60
Toplam	%100

Not: Dönem içinde verilen ödevler ve uygulamalar final sınav puanına %30 etki etmektedir.

6. Kaynaklar

Solomon, M. R. (2023). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Pearson.

Schiffman, L. G., Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior. Pearson..

Öğretim üyesi tarafından sağlanacak ders notları ve makaleler (OBS üzerinden paylaşılabacaktır)..