



## ESOGÜ Turizm Fakültesi Ders Bilgi Formu

DÖNEM	Bahar
-------	-------

DERSİN KODU		DERSİN ADI	Tüketici Davranışları
-------------	--	------------	-----------------------

YARIYIL	HAFTALIK DERS SAATİ			DERSİN			
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Kredisi	AKTS	TÜRÜ	DİLİ
VIII	2	0	0	2	4	ZORUNLU ( ) SEÇMELİ ( X )	Türkçe
<b>DERSİN KATEGORİSİ</b>							
Destek Dersleri	Temel Mesleki Dersler	Uzmanlık / Alan Dersleri	Beşerî, İletişim ve Yönetim Becerileri Dersleri	Aktarılabılır Beceri Dersleri			
		X					
<b>DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ</b>							
<b>YARIYIL İÇİ</b>	<b>Faaliyet türü</b>		<b>Sayı</b>	<b>%</b>			
	I. Ara Sınav			40			
	II. Ara Sınav						
	Kısa Sınav						
	Ödev						
	Proje						
	Rapor						
	Diğer (.....)						
<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>				60			
<b>VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)</b>							
<b>DERSİN KISA İÇERİĞİ</b>	Tüketici davranışı kavramı, özellikleri ve pazarlama açısından önemi, tüketici davranışları üzerinde etkili olan faktörler, tüketici satın alma karar süreci						
<b>DERSİN AMAÇLARI</b>	Tüketici davranışlarını etkileyen faktörleri inceleyerek tüketim olgusuna açıklık kazandırmaya çalışmak						
<b>DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI</b>							
<b>DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI</b>	Tüketici davranışının pazarlama açısından önemini kavrama Tüketici davranışını açıklamada kullanılan kavram ve modelleri öğrenme Tüketici davranışlarını etkileyen faktörleri tanıma Tüketici satın alma karar süreci hakkında bilgi sahibi olma						
<b>TEMEL DERS KİTABI</b>	Odabaşı, Y., Barış, G. (2003). Tüketici Davranışı. Mediacat. İslamoğlu A.H., Altunışık R., (2010). Tüketici Davranışları. Beta Yayınları						
<b>YARDIMCI KAYNAKLAR</b>	Tüketici Davranışları. Anadolu Üniversitesi Yayını (2019). Yayın No.3902						
<b>DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE GEREÇLER</b>							

DERSİN HAFTALIK PLANI	
HAFTA	İŞLENEN KONULAR
1	Tüketici Davranışları Kavramı ve Pazarlama
2	Tüketici Davranışlarına Disiplinlerarası Yaklaşım
3	Tüketici Davranışı Modelleri
4	Tüketici Davranışlarında Bireysel Etkiler / GÜdülenme
5	Algılama
6	Öğrenme
7	Tutumlar
8	Kişilik
9	Tüketici Davranışlarında Kültürel Etkiler
10	Tüketici Davranışında Grup Etkileri
11	Durumsal Faktörler
12	Tüketici Satın Alma Karar Süreci
13	Tüketici Satın Alma Karar Süreci
14	Satın Alma ve Satın Alma Sonrası Davranışlar
15,16	Final Sınavı

NO	PROGRAM ÇIKTISI	3	2	1
1	Turizm işletmeciliği ve otelcilik alanı ile ilgili temel kavramları ve bilgileri anlamak,		X	
2	Turizm sektöründe kurulacak yeni bir işletmenin yatırım aşamasıyla ilgili becerileri elde etmek,		X	
3	Turizm sektöründe faaliyet gösterecek/gösteren bir işletmeyi yönetebilmek,,		X	
4	Turizm işletmelerinde yönetimin yerel, ulusal ve uluslararası boyutlarını kavramak,		X	
5	Turizm işletmeciliği alanındaki kavramları, fikirleri ve verileri, bilimsel yöntemlerle değerlendirmek,		X	
6	Turizmin sektörünün gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek,			X
7	Turizm işletmeciliği alanındaki talep koşullarına bağlı sürekli dalgalanma ile baş edebilecek düzeyde sektörel şartları tanımak,		X	
8	Turizm işletmeciliği ve otelciliğin özel bir alanında (önbüro, kat hizmetleri, satış ve pazarlama, vb) uzmanlaşmak,	X		
9	Turizm işletmeciliği ve otelcilik alanında bilimsel araştırma bilgi ve yeteneğine sahip olmak,		X	
10	Turizm sektörü ile ilgili eğilimleri anlama ve yorumlama becerisine sahip olmak,		X	
11	Turizm sektörünün toplumu etkileyen boyutlarında (doğal ve kültürel çevrenin korunması gibi) yeterli bilgi ve bilince sahip olmak,		X	
12	Turizm sektöründeki güncel sorunların kaynağını eleştirel düşünceyle belirleyebilmek,		X	
13	Sektörel anlamda Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahip olmak,			X
14	En az iki yabancı dilde sözlü ve yazılı iletişim becerilerine sahip olmak,			X
15	Turizm işletmelerindeki kişilerle (işletme yöneticileri, müşteriler, çalışanlar) empati kurarak aktif iletişimde bulunabilmek			X

1:Az. 2:Kısmen Katkısı Var. 3:Tam Katkısı Var.

**Dersin Öğretim Üyesi:**