



**T.C.**  
**HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**DERS İZLENCE FORMU**

Doküman No: FRM-0052  
Revizyon No: 01  
Yayın Tarihi: 05.11.2021  
Revizyon Tarihi: 18.07.2022  
Sayfa No: 1 / 2

**DERS İZLENESİ**

<b>Dersin Adı</b>	Tüketici Hakları ve Tüketici Davranışları
<b>Dersin AKTS'si</b>	2
<b>Dersin Yürütücüsü</b>	Dr. Öğretim Görevlisi Aziz İLGAZİ
<b>Dersin Gün ve Saati</b>	Web sayfasında yayınlanacaktır
<b>Dersin Görüşme Gün ve Saati</b>	Web sayfasında yayınlanacaktır
<b>Öğretim Yöntemi ve Ders Hazırlık</b>	Anlatım / Sunum Tartışma Grup çalışması
<b>Dersin Amacı</b>	<p>Dersin amacı, tüketici davranışlarını biçimlendiren temel etkenlerin ve değişkenlerin ayrıntılı olarak açıklanması, güncel eğilimlerin ve araştırmaların tartışılmasını sağlamaktır. Derste tüketici davranışları, pazarlama kavramları, yaklaşımları ve stratejileri etrafında ele alınmaktadır.</p> <p>Derste ayrıca, öğrencinin tüketici davranışları ile pazarlama yönetimi ve stratejileri arasında bağ kurabilmesi; iletişim çalışmalarının planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesi süreçlerinde tüketici davranışlarını göz önünde bulundurabilmesi amaçlanmaktadır.</p> <p>Ayrıca bu ders öğrencilerin bireysel tüketiciler hakkında daha derinlemesine görüş sahibi olmalarını hedefler. Tüketicinin psikolojik, sosyolojik ve kültürel boyutlarını inceleyerek öğrencilerin tüketicilerin iç dünyalarına bakmayı öğrenmelerini sağlar.</p> <p>Tüketicinin korunması hakkında kapsamlı bilginin aktarılmasıdır.</p>
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>	<p>Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler;</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1-Tüketimde algılama ve öğrenme süreçlerini ve Tüketicinin kimlikle olan bağlantısını açıklayabilecektir</li><li>2-Tüketicilerin ihtiyaçlarını, taleplerini ve motivasyonlarını karşılayabilecektir. Tüketim sürecindeki farklı ve değişebilen karar verme aşamalarını tartışabilecektir.</li><li>3-Sosyal sınıf, alt kültür ve kültürün tüketiciler üzerindeki etkilerini tanımlayabilecektir, ayrıca pazarlama stratejilerinin tüketici davranışını nasıl etkilediğini tartışabilecektir.</li><li>4-Tüketici kavramı ve tüketici hukukunun hukuk içerisindeki yerini ve gelişim sürecini kavrar. Tüketici hukukunun yürürlük kaynaklarını kavrar, kanunların uygulanmasını öğrenir. Tüketici kavramı ve tüketicinin korunması kavramlarını öğrenir.</li><li>5-Hukuki sorunları, hukuk kuramı ve mevzuat çerçevesinde çözümleme yeterliliğini kazanır. Tüketicinin ne şekilde korunacağını öğrenir.</li><li>6- Ekonomik ve finansal kurumlara dair hukuki düzenlemeler ve uyuşmazlık çözüm yöntemlerine dair bilgi sahibi olur. Tüketici hukuku hakkında genel bilgi sahibi olur.</li></ol>
<b>Haftalık Ders Konuları</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.Hafta - Dersin Tanımı, İçeriği ve Uygulaması ile İlgili Açıklamalar</li><li>2.Hafta -Tüketici Davranışı Prosesi; Tüketicinin Anlamı</li><li>3.Hafta - Algı Süreci ve Tüketimde Öğrenme Süreçleri</li><li>4.Hafta - Tüketici Karar Verme Süreci, Satın Alma ve Elden Çıkarma</li><li>5.Hafta - Tüketimde Referans Grup Etkileri, Sosyal Sınıflandırma ve Alt kültürler</li><li>6.Hafta - Benlik ve Sosyal Karşılaştırma. Tutum ve Tutum Değişikliği, Motivasyon</li><li>7.Hafta - Kültürün Tüketiciler üzerindeki Etkileri</li><li>8.Hafta - Tüketici Davranışında Güncel Konular</li><li>9.Hafta - Tüketici Hukukunun Tarihi Gelişimi</li><li>10.Hafta- Ayıplı Mal Satımı ve Hizmet Sunumu Halinde Tüketicinin Hakları</li><li>11.Hafta- Satıştan Kaçınma ve Haksız Şartlar</li><li>12.Hafta- Taksitli Satış Halinde Tüketicinin Hakları</li><li>13.Hafta - Devre Tatil ve Paket Turda Tüketicinin Hakları</li><li>14.Hafta - Kampanyalı Satış Halinde Tüketicinin Hakları</li><li>15.Hafta - Banka Kredileri Sözleşmeler</li></ol>



**T.C.**  
**HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**DERS İZLENCE FORMU**

Doküman No: FRM-0052  
Revizyon No: 01  
Yayın Tarihi: 05.11.2021  
Revizyon Tarihi: 18.07.2022  
Sayfa No: 2 / 2

**Ölçme ve  
Değerlendirme**

Bu ders kapsamında 1(bir) kısa sınav, 1 (bir) ara sınav, ders konularını kapsayan 1(bir) yarıyıl sonu sınavı yapılacaktır. Her bir değerlendirme kriterinin başarı puanına etkisi yüzdelik olarak aşağıda verilmiştir.

**Kısa Sınav:** % 10

**Ara Sınav :** % 40

**Yarıyıl sonu Sınavı:** % 50

**Kısa Sınav, Ara Sınav ve Yarıyıl Sonu Sınav Tarih ve Saati:** Birim yönetimkurulu tarafından tarihler belirlenerek web sayfasında ilan edilecektir. Sınavlar yüzyüze yapılacaktır.

**Kaynaklar**

- Solomon, M. R. (2009). **Consumer Behavior** (8th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
  - Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2009). **Tüketici Davranışı**. MediaCat: İstanbul
  - Taylor, S. E., Peplau, L. A. ve Sears, D.O. (2007). **Sosyal Psikoloji**. (Çev. Ali Dönmez). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları.
  - Featherstone, M. (2013). **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü** (3.baskı) (Çev. Mehmet Küçük). Ayrıntı: İstanbul
  - İslamoğlu, A.H. ve Altunışık, R. (2010). **Tüketici Davranışları**. Beta.
  - Zaltman, G. (2003). **Tüketici Nasıl Düşünür?** MediaCat: İstanbul
- 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun**

**Değerlendirme Sistemi**

Harran Üniversitesi Önlisans ve Lisans Yönetmeliği gereği akademik dönem başında ilan edilen ders izlencelerinde belirtilecektir

**PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE  
DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU**

	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖÇ1	2	3	3	4	2	3	3	5	5	4	3	2	2	2	3
ÖÇ2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3
ÖÇ3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
ÖÇ4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
ÖÇ5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
ÖÇ6	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
ÖÇ: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

**Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi**



**T.C.**  
**HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**DERS İZLENCE FORMU**

Doküman No: FRM-0052  
Revizyon No: 01  
Yayın Tarihi: 05.11.2021  
Revizyon Tarihi: 18.07.2022  
Sayfa No: 3 / 2

	PÇ 1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3