

HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK HİZMETLERİ MESLEK YÜKSEKOKULU
OPTİSYENLİK PROGRAMI

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyılı | T+U | Kredisi | AKTS |
|---|--|-----------------|------------|----------------|-------------|
| Tüketici Hakları ve Tüketici Davranışları | 307321 | IV | 2+0 | 2 | 2 |
| Ön koşul Dersler | Yok | | | | |
| Dersin Dili | Türkçe | | | | |
| Dersin Türü | Seçmeli | | | | |
| Dersin Koordinatörü | | | | | |
| Dersi Veren | | | | | |
| Dersin Yardımcıları | | | | | |
| Dersin Amacı | Optisyenlik müesseselerinde karşılaşılan genel tüketici davranışlarına ilişkin temel kavram ve modelleri öğretmek. | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları | Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Tüketici davranışına ilişkin temel kavram ve modelleri açıklar. 2. Tüketiciye dair psikolojik, sosyo-kültürel ve demografik faktörlerin tüketici karar sürecine etkilerini, sonuçlarıyla analiz eder. 3. Tüketicilerin davranışları ile pazarlama uygulamaları arasındaki ilişkiyi ayırt eder. 4. Tüketici davranışının işletmeler için önemini bilir. 5. Tüketici Davranışı ve Öbür Bilim Dalları Arasındaki İlişkiyi karşılaştırabilir. | | | | |
| Dersin İçeriği | Hedef pazar tanımlama, tüketici pazarı ve özellikleri, satın alma karar süreci, satın alıma etki eden faktörler, tüketici kuruluşları, tüketicinin korunması, mevcut yasa ve düzenlemeleri tanıma. | | | | |
| Haftalar | Konular | | | | |
| 1 | Giriş ve dersin tanıtımı. | | | | |
| 2 | Tüketici davranışı kavramı ve özellikleri-I | | | | |
| 3 | Tüketici davranışı kavramı ve özellikleri-II | | | | |
| 4 | Tüketici davranışı kavramı ve özellikleri-III | | | | |
| 5 | Öğrenme ve güdülenme | | | | |
| 6 | Algılama ve ilgilenim | | | | |
| 7 | Algılama ve ilgilenim | | | | |
| 8 | Satın alma karar süreci | | | | |
| 9 | Satın alıma etki eden faktörler | | | | |
| 10 | Tüketici kuruluşları | | | | |
| 11 | Tüketicinin korunması-I | | | | |
| 12 | Tüketicinin korunması-II | | | | |
| 13 | Mevcut yasa ve düzenlemeleri-I | | | | |
| 14 | Mevcut yasa ve düzenlemeleri-II | | | | |
| Genel Yeterlilikler | | | | | |
| 1. Tüketici davranışlarını etkileyen psikolojik ve sosyo-ekonomik faktörler değerlendirebilir. 2. Optisyenlik İşletmesi uygulamaları açısından pazarlama stratejisini tüketici davranışlarıyla yapılandırabilir. | | | | | |
| Kaynaklar | | | | | |
| Okumuş, A. (2013), <i>Tüketici Davranışı</i> , Türkmen Kitabevi Koç, E. (2017), <i>Temel Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri</i> , Seçkin Yayıncılık. | | | | | |
| Değerlendirme Sistemi | | | | | |
| Harran Üniversitesi Önlisans ve Lisans Yönetmeliği gereği akademik dönem başında ilan edilen ders izlencelerinde belirtilecektir. | | | | | |

| PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENME ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|-----|-----|----------------|-----|-----|---------------|-----|-----|-----------------|------|------|---------------------|------|------|
| | PÇ1 | PÇ2 | PÇ3 | PÇ4 | PÇ5 | PÇ6 | PÇ7 | PÇ8 | PÇ9 | PÇ10 | PÇ11 | PÇ12 | PÇ13 | PÇ14 | PÇ15 |
| ÖÇ1 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| ÖÇ2 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| ÖÇ3 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| ÖÇ4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| ÖÇ5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları | | | | | | | | | | | | | | | |
| Katkı Düzeyi | 1 Çok Düşük | | | 2 Düşük | | | 3 Orta | | | 4 Yüksek | | | 5 Çok Yüksek | | |

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

| Ders | PÇ1 | PÇ2 | PÇ3 | PÇ4 | PÇ5 | PÇ6 | PÇ7 | PÇ8 | PÇ9 | PÇ10 | PÇ11 | PÇ12 | PÇ13 | PÇ14 | PÇ15 |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|------|
| Tüketici Hakları ve Tüketici Davranışları | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |