

DERS BİLGİLERİ FORMU	
Dersi Açan Fakülte/Enstitü	Fen Edebiyat Fakültesi
Dersi Açan Bölüm/Ana Bilim Dalı	Psikoloji
Dersin Kodu	PSİ 417
Dersin Adı	Tüketici Psikolojisi
Öğretim Dili	İngilizce
Dersi Alan Programlar	Psikoloji
Ders Türü	Seçmeli
Dersin Seviyesi	Lisans
AKTS Kredisi	6
Ön Koşullar	PSİ 104 – Psikolojiye Giriş II
Dersin İçeriği	Bellek, öğrenme, algı, dikkat, kimlik, duygular, tutumlar, motivasyonlar ve karar verme süreci konuları tüketici bağlamında ele alınacaktır. Ayrıca reklam psikolojisi ve tüketim kültürü ideallerinin tüketici refahını nasıl ve ne ölçüde etkilediği tartışılacaktır.
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilere pazarlama ortamlarında tam olarak psikolojik bir bakış açısıyla tüketicilerin davranışları hakkında genel bir bakış ve içgörü sağlamayı amaçlamaktadır.
Dersin Kazanımları	Bu dersin sonunda öğrenciler, pazarlama kampanyalarını, kamu politikalarını ve tüketici karar verme sürecini iyileştirmek için psikolojik teorileri uygulayacaklardır.
Ders Kitabı ve/veya Kaynaklar	Jansson-Boyd, C. V. (2010). <i>Consumer psychology</i>. Open University Press. Bodur, H. O., Brinberg, D., & Coupey, E. (2008). Belief, affect, and attitude: Alternative models of the determinants of attitude. <i>Journal of Consumer Psychology</i>, 9(1), 17–28. Brick, D. J., Zhou, L., Chartrand, T. L., & Fitzsimons, G. J. (2021). Better to decide together: Shared consumer decision making, perceived power, and relationship satisfaction. <i>Journal of Consumer Psychology</i>. Advanced online publication. Han, M., & Newman, G. E. (2021). Seeking stability: Consumer motivations for communal nostalgia. <i>Journal of Consumer Psychology</i>. Advanced online publication. Kang, E., & Lakshmanan, A. (2017). Role of executive attention in consumer learning with background music. <i>Journal of Consumer Psychology</i>, 27(1), 35–48.

	Leung, E., Cito, M. C., Paolacci, G., & Puntoni, S. (2021). Preference for material products in identity-based consumption. <i>Journal of Consumer Psychology</i>. Advanced online publication. Li, H., Daugherty, T., & Biocca, F. (2003). The role of virtual experience in consumer learning. <i>Journal of Consumer Psychology</i>, 13(4), 395–407. Topolinski, S., Lindner, S., & Freudenberg, A. (2013). Popcorn in the cinema: Oral interference sabotages advertising effects. <i>Journal of Consumer Psychology</i>, 24(2), 169–176. Yi, S., & Baumgartner, H. (2008). Coping with negative emotions in purchase-related situations. <i>Journal of Consumer Psychology</i>, 14(3), 303–317.
--	--

Değerlendirme Ölçütleri	Katkı payı
Devam	-
Laboratuvar	-
Uygulama	-
Alan Çalışması	-
Ödev	-
Sunum	%10 (Dönem Projesinin Sunumu)
Projeler	%20 (Dönem Projesi)
Seminer	-
Ara Sınavlar	%30
Quiz	-
Final	%40
Toplam	%100

Ders Planı	Tartışılacak/ İşlenecek Konular
1. Hafta	Derse giriş
2. Hafta	Tüketici psikolojisi nedir ve nasıl ortaya çıkmıştır?
3. Hafta	Tüketici hafızası ve öğrenme
4. Hafta	Algı ve dikkat
5. Hafta	Kimlik ve tüketim
6. Hafta	Duygusal tüketici
7. Hafta	Tutumlar
8. Hafta	Tüketici davranışının motivasyonel belirleyicileri

9. Hafta	Tüketici karar verme ve marka bağlılığı
10. Hafta	Reklam psikolojisi
11. Hafta	Tüketim kültürü ve psikolojik iyilik
12. Hafta	Pazarlamada psikologlar için kariyer seçenekleri + Öğrenci sunumları