

DERS BİLGİ FORMU

DERSİN ADI	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI			
DERSİN SINIFI	9. Sınıf			
DERSİN SÜRESİ	Haftalık 3 Ders Saati			
DERSİN AMACI	Bu derste öğrenciyi; iş sağlığı ve güvenliği tedbirleri doğrultusunda müşteri ile etkili bir iletişim sağlamak suretiyle, müşteri davranışlarını tespit etme, müşteriye satışa ikna etme ve müşteri memnuniyetini sağlamaya ilişkin bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır.			
DERSİN ÖĞRENME KAZANIMLARI	<ol style="list-style-type: none">1. Müşteri ilişkileri yönetim sürecini açıklar.2. Müşteri özellik ve davranışlarını dikkate alarak, müşteri taleplerini belirler.3. Müşteri memnuniyetini sağlamaya yönelik işlemleri gerçekleştirir.			
EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI	Ortam: Sınıf Donanım: Etkileşimli tahta/projeksiyon, bilgisayar, yazıcı/tarayıcı, görsel materyaller, ders içeriğine ilişkin kaynak kitaplar, basılı materyaller.			
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Bu derste; öğrencinin bilişsel alana ait performansı değerlendirilirken açık uçlu, çoktan seçmeli, doğru yanlış, eşleştirme, kısa cevaplı sorulardan uygun görülen ölçme aracı kullanılabilir. Bunun yanı sıra, öğrencinin edinmiş olduğu bilgi ve becerileri ortaya koydukları çalışmalarını değerlendirmek için, kontrol listesi, derecelendirme ölçeği kullanılabilir.			
KAZANIM SAYISI VE SÜRE TABLOSU	ÖĞRENME BİRİMİ	KAZANIM SAYISI	DERS SAATİ	ORAN (%)
	Müşteri İlişkileri Yönetimi	4	21	19
	Tüketici Davranışları	10	57	53
	Müşteri Memnuniyeti	6	30	28
TOPLAM		19	108	100

ÖĞRENME BİRİMİ	KONULAR	ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI ve KAZANIM AÇIKLAMALARI
-----------------------	----------------	---

<p>Müşteri İlişkileri Yönetimi</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Müşteri ilişkileri yönetimi kavram ve özellikleri2. Müşteri ilişkileri yönetiminin amacı3. Müşteri ilişkileri yönetiminin faydaları- katkıları4. Müşteri ilişkileri sürecinde yapılan hatalar	<ol style="list-style-type: none">1. Müşteri ilişkileri yönetimi kavramının neyi ifade ettiğini, sürece ilişkin yapılan işlemleri açıklar. Başarılı bir müşteri ilişkileri yönetiminin sahip olması gereken özellikleri açıklar.2. Müşteri ilişkileri yönetimine ihtiyaç duyulma nedenlerini, yönetimin amaçlarını açıklar.3. Müşteri ilişkileri yönetiminin faydaları ve pazarlama faaliyetine sağladığı katkıları açıklar.<ul style="list-style-type: none">• MİY'in pazarlama faaliyetlerinde kullanımına ilişkin örnek uygulamalar verilir.4. Müşteri ilişkileri yönetim sürecinde yapılan hataları açıklar.<ul style="list-style-type: none">• MİY sürecinde yapılan hataları ve sonuçlarının neler olabileceğine ilişkin örnekler verilir.• MİY'in pazarlama faaliyetlerinde kullanımına yönelik araştırma ödevleri verilir. Hazırlanan ödevlerin sınıf ortamında arkadaşları ile paylaşımı sağlanır.
<p>Tüketici Davranışları</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Tüketici Davranışlarını Etkileyen Unsurlar2. Tüketici Davranış Modelleri3. Tüketicilerin Ürünleri Satın Alırken Algıladıkları Riskleri4. Tüketici Tutumları5. Değişen Tüketici Davranışları ve Yeni Tüketici Kavramı6. Müşteri Tipleri7. Satın Alım Karar Süreci8. Müşteri Renkleri9. Pazarlama Sosyolojisi10. Müşteri Taleplerini Belirleme	<ol style="list-style-type: none">1. Tüketici davranışlarını etkileyen unsurları açıklar.2. Tüketici davranış modellerini açıklar.3. Tüketicilerin ürünleri satın alırken algıladıkları riskleri açıklar.<ul style="list-style-type: none">• İşlevsel risk tanımlanır.• Fiziksel risk tanımlanır.• Finansal risk tanımlanır.• Sosyal risk tanımlanır.• Psikolojik risk tanımlanır.• Zaman riski tanımlanır.4. Tüketici tutumlarını açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Bilişsel tutum tanımlanır.• Duygusal tutum tanımlanır.• Davranışsal tutum tanımlanır.5. Değişen tüketici davranışları ve yeni tüketici kavramını açıklar.6. Müşteri tiplerini açıklar.<ul style="list-style-type: none">• Kararsız ve çekingen müşteri tipi tanımlanır.• Ukala ve her konuyu iyi bildiğini iddia eden müşteri tipi tanımlanır.• Şikayet etmeye meyilli müşteri tipi tanımlanır.

		<ul style="list-style-type: none"> • Tutucu yeniliklere açık olmayan müşteri tipi tanımlanır. • Memnuniyetsiz ve kavgacı müşteri tipi • Aceleci müşteri tipi tanımlanır. • Suskun ve kötümser müşteri tipi tanımlanır. <p>7. Satın alım karar sürecini açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Satın alım karar süreci tanımlanır. • Satın alım karar sürecinde müşterilerin ilgilenim durumlarına göre sürecin durumu açıklanır. • İhtiyacın-problemin belirlenmesinde içsel ve dışsal uyaranlar tanımlanır. • Bilgi araştırmalarında araştırma dinamikleri açıklanır. • Bilgi araştırmasında veri kaynakları açıklanır. • Alternatiflerin değerlendirilmesinde inanç ve tutumlar, beklenti değer modeli anlatılır. • Satın alım kararında müdahaleci faktörler ve sezgisel kararlar açıklanır. • Satın alım sonrası davranışlarda bilişsel tutarsızlık, beklenti/algılanan performans ve tatmin/tatminsizlik durumları açıklanır. <p>8. Müşteri renklerini açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sarı, kırmızı, mavi ve yeşil renk müşterilerin özellikleri açıklanır. <p>9. Pazarlama sosyolojisini açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sosyoloji tanımlanır. • Pazarlama ile sosyoloji arasındaki ilişki tanımlanır. • Sosyoloji, tüketim ve tüketici davranışları açıklanır. <p>10. Müşteri taleplerini belirleme yöntemlerini açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ürün belirlenip, ürüne yönelik müşteri taleplerini belirlemeye yönelik yöntemleri kullanacakları alan araştırmaları yaptırılır.
<p>Müşteri Memnuniyeti</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmini Kavramları 2. Müşteri Tatminin Belirleyicileri 3. Hizmet Kalitesinin Boyutları 4. Müşteri Tatmini, Sadakati ve Elde Tutma Yöntemleri 5. Müşteri Şikayet Yönetimi 6. Müşteri İlişkilerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Yöntemleri 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hizmet kalitesi ve müşteri tatmini kavramlarını açıklar. İki kavram arasındaki ilişkiyi açıklar. 2. Müşteri tatmininin belirleyicilerini açıklar. 3. Hizmet kalitesinin boyutlarını açıklar. 4. Müşteri tatmini, sadakati ve elde etme tutma yöntemlerini açıklar. 5. Müşteri şikayet yönetimi kavramını açıklar. 6. Müşteri ilişkilerinde karşılaşılan sorunları ve çözüm yöntemlerini açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Farklı müşteri şikayetleri verilerek, çözüm önerileri geliştirecekleri ödevler verilir.

UYGULAMA FAALİYETLERİ/TEMRİNLER

Uygulama faaliyeti/temrinler; ders kazanımına uygun olarak okulun fiziki kapasitesi ve donatımı, öğrenci sayısı göz önünde bulundurularak en fazla uygulama faaliyeti/temrini yaptıracak şekilde meslek alan zümre öğretmenler kurulu tarafından seçilir. Meslek alan zümre öğretmenleri tarafından aşağıda yer alan temrinlerden farklı temrinlerin uygulanmasına karar verilebilir.

Müşteri İlişkileri Yönetimi	<ul style="list-style-type: none">• MİY'in pazarlama faaliyetlerinde kullanımına ilişkin örnek uygulamalar verilir.• MİY sürecinde yapılan hataları ve sonuçlarının neler olabileceğine ilişkin örnekler verilir.• MİY'in pazarlama faaliyetlerinde kullanımlarına yönelik araştırma ödevleri verilir. Hazırlanan ödevlerin sınıf ortamında arkadaşları ile paylaşımı sağlanır.
Tüketici Davranışları	<ul style="list-style-type: none">•Ürün belirlenip, ürüne yönelik müşteri taleplerini belirleme yöntemleri kullanacakları alan araştırmaları yaptırılır.
Müşteri Memnuniyeti	<ul style="list-style-type: none">•Farklı müşteri şikayetleri verilerek, çözüm önerileri geliştirecekleri ödevler verilir.

DERSİN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

- Dersin işlenişinde, İş sağlığı ve güvenliği tedbirleri konusunda gerekli açıklamalar yapılmalıdır.
- Bu derste öğrencilere yaptığı çalışmaları sınıf arkadaşlarına sunmasına fırsat verilerek iletişim becerilerinin gelişmesi sağlanmalıdır.
- Anlatımdan ve örnek çalışmalardan sonra, dersin öğrenme kazanımlarının öğrencide pekiştirilmesi amacıyla birden fazla uygulama faaliyeti yapılmalıdır.
- Bu derste, verilen görevi yapma ----- değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir.