

Ümumi məlumat	Fənnin kodu, adı və kreditlərin sayı	MKT 846 İstehlakçı davranışı, 3KU/6ECTS
	Departament	İqtisadiyyat və Menecment
	Proqram	Magistr
	Semestr	2025/2026-cı tədris ilinin payız semestri
	Müəllim	Leyla Şükür qızı Atakışiyeva
	E-mail	leyla.atakishiyeva@khazar.org
	Otaq/saat	
Ön şərtlər	MKT 801 Marketing menecmenti	
Tədris dili	Azərbaycan	
Məcburi/seçmə	Məcbur	
Dərsliklər və kurs materialları	1. Müəllimin mühazirələri 2. Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər <u>Dr. Hatice Mine Yayla</u> ·2022 3. Consumer Behaviour <u>Wayne D. Hoyer</u>, <u>Deborah J. MacInnis</u>, <u>Rik Pieters</u> ·2020 4. "Consumer Behavior: Buying, Having, and Being" by Michael R. Solomon/ January 14, 2016 5. Consumer Behavior in Digital Age, Dr. VVLN Sastry · 2019 6. "The New Rules of Marketing and PR" by David Meerman Scott, October 5, 2015 “Consumer Behaviour” <u>Michael Solomon</u>, <u>Rebekah Russell-Bennett</u>, <u>Josephine Previte</u>, October, 2012	
Kursun təsviri	İstehlakçıların davranışı kursunun əsasını bir sıra fundamental elmi fənn təşkil edir: menecment, marketing, sosiologiya, psixologiya və sosial psixologiya, ümumi iqtisadi nəzəriyyə, antropologiya, sosial tarix və mədəniyyət tarixi. Bu fənn xüsusilə marketinglə güclü şəkildə əlaqəlidir. Hər bir marketing kitabında istehlakçı davranışı ilə bağlı ən azı bir fəsil mövcuddur. Mahiyyət etibarilə marketing bazarda fəaliyyət göstərən firmanın nöqteyi-nəzərindən bazara baxışdır. Bu bazarda istehlakçıların davranış problemi əsas hesab olunur: bütün marketing kursu firmanın istehlakçı davranışına reaksiya vermə texnologiyalarının işlənilib hazırlanmasıdır.	
Kursun məqsədi	Yüksək inkişaf etmiş marketing mühitinin günü-gündən artan təzyiqi rəqabət üstünlüyü əldə etmək istəyən firmaları istehlakçının psixologiyasını nəzərə almağa, istehlakçının bu və ya digər qərarı nə səbəbə qəbul etdiyini anlamağa məcbur edir. Rəqabət gedən iqtisadi sistemdə firmanın meydana qalması və inkişaf etməsi üçün onun rəhbərliyi istehlakçının davranışını dəqiq təsvir etməlidir: necə alır, niyə alır, harada alır və, əlbəttə ki, nə alır.	
Tədris öyrənmə nəticələri	İstehlakçı davranışına dair dərslərin sonunda tələbələr aşağıdakı bacarıqlara yiyələnəcəklər: ✓ İstehlakçı qərarlarının qəbulu haqqında anlayış: Tələbələr ehtiyacların tanınması, məlumatların toplanması, alternativlərin qiymətləndirilməsi və son seçimin edilməsi daxil olmaqla, satınalma qərarları qəbul edərkən istehlakçıların keçdiyi prosesi başa düşməlidir. ✓ Təsir edən amillər haqqında biliklər: Tələbələr istehlakçı davranışına təsir edə biləcək müxtəlif daxili və xarici amillərlə, məsələn, şəxsi üstünlüklər, sosial təsirlər, mədəni amillər və marketing strategiyaları ilə tanış olmalıdırlar. ✓ İstehlakçı davranışını təhlil etmək bacarığı: Tələbələr satınalma qərarlarına təsir edə biləcək tendensiyaları, motivləri və psixoloji amilləri tanıyaraq istehlakçı davranış nümunələrini tənqidi təhlil və şərh etməyi bacarmalıdır.	

	✓ İstehlakçı psixografikası haqqında məlumatlılıq: Tələbələr istehlakçı davranışını başa düşmək üçün şəxsiyyət, dəyərlər, münasibətlər və həyat tərzini psixografik xüsusiyyətlərin əhəmiyyətini başa düşməlidirlər. ✓ İstehlakçı davranışı konsepsiyalarının tətbiqi: Tələbələr istehlakçı davranışı haqqında biliklərini marketing kampaniyaları yaratmaq və ya hədəf auditoriyanı müəyyən etmək kimi real ssenarilərə tətbiq etməyi bacarmalıdırlar. ✓ Etik mülahizələr: Tələbələr aldadıcı reklam, manipulyasiya taktikası və məsuliyyətli istehlak kimi istehlakçı davranışı ilə bağlı etik məsələlərdən xəbərdar edilməlidir. ✓ Tənqidi düşünmə bacarıqları: Tələbələr istehlakçı davranışı nəzəriyyələri və konsepsiyaları ilə bağlı müxtəlif perspektivləri və fikirləri qiymətləndirmək və təhlil etmək üçün tənqidi düşünmə bacarıqlarını inkişaf etdirməlidirlər.		
Tədris metodları	Quiz		x
	Qrup təcrübəsi/təqdimat		x
	Mühazirə		x
	Seminar / Keys təhlillər		x
Qiymətləndirmə	Metodlar	Tarix/son tarix	Faiz (%)
	Aralıq imtahan	Elan ediləcək	30
	Dərsə davamiyyət		5
	Dərsdə aktivlik		5
	Quiz		10
	Qrup təqdimatı		10
	Final imtahan	Elan ediləcək	40
Qaydalar	Davamiyyət: 25% iştirak həddini aşan tələbələrə final imtahanında iştirak etməyə icazə verilməyəcəkdir. Dərsə 15 dəqiqə gec gələn tələbələrə qayıb yazılacaq və dərsdə iştirakına icazə verilməyəcəkdir. Aktivlik: Tələbənin müzakirələrdə iştirakına görə, eyni zamanda verilən tapşırıqlara hazırlıqlı gəldiklərinə əsasən qiymətləndirmə aparılacaq. Quiz: Tələbələrin əhatə olunan mövzular baxımından biliklərini qiymətləndirmək üçün 2 (iki) yazılı quiz keçiriləcəkdir. Quizlərin keçirilməsinin əsas məqsədi tələbələrin mühazirələrə diqqətini cəlb etmək və bir neçə növ nəzəri və praktiki sualların həllində tələbələrin təcrübəsini təmin etməkdir. Qrup təqdimatı: Tələbələr 2-4 nəfərlik qruplara bölüşdürülür və onlara tapşırıqlar verilir. Tapşırıqların yerinə yetirilməsi zamanı çap materiallarından, elektron mənbələrindən istifadə etmək imkanı olacaq. Əsas məqsəd – verilmiş tapşırığı komanda halında düzgün hazırlanması; komandada işləmək bacarığının öyrənilməsidir. Qrup təqdimatlarının təqdim edilməsinə görə 10 bal tədrisin son həftəsində, final imtahanından əvvəl yazılacaqdır. Plagiarizm: başqa şəxsin, ideya və fikirlərini bu və ya başqa formada özününkü kimi qələmə verməsi və çatdırılmasıdır. Plagiarizm birmənalı olaraq qadağandır və Universitet üzrə qəbul olunmuş qaydalar əsasında tənzimlənir.		
Cədvəl			
Həftə	Tarix	Mövzu	Mənbə
1		İstehlakçı təmayüllü marketing	.Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022

			. Consumer Behaviour Wayne D. Hoyer , Deborah J. MacInnis , Rik Pieters · 2020 Consumer Behavior in Digital Age, Dr. VVLN Sastry · 2019
2		İstehlakçı təmayüllü təşkilatlarda marketing strategiyasının hazırlanma xüsusiyyətləri	Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022
3		İstehlakçı davranışının fərdi determinantları: şəxsiyyətlə bağlı determinatlar, psixografik və demoqrafik determinatlar	Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022
4		İstehlakçı davranışının fərdi determinantları: niyyət, emosiyalar, əminlik,	Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022
5		İstehlakçı davranışının fərdi determinantları: istehlakçıları tanıma və stimula	Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022
6		İstehlakçı davranışının xarici mühitin determinantları: mədəniyyət, etnik mənsubiyyət və sosial sinif	Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022
7		İstehlakçı davranışı xarici mühitin determinantları: ev təsərrüfatı və ailə.	Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022
8		İstehlak davranışı xarici mühitin determinantları: fərdlər və referent qruplar	Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022
9		Aralıq imtahanı	
10		Alışdan əvvəlki qərarlar	Consumer Behaviour Wayne D. Hoyer , Deborah J. MacInnis , Rik Pieters · 2020
11		Alış və alışdan sonrakı proseslər	Consumer Behaviour Wayne D. Hoyer , Deborah J. MacInnis , Rik Pieters · 2020
12		İstehlakçılarla münasibətlərin təsdiqi, fikirlərin formalaşdırması və təlim	Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022
13		Sənaye təyinatlı məhsulların alıcılarının davranış xüsusiyyətləri	Consumer Behaviour Wayne D. Hoyer , Deborah J. MacInnis , Rik Pieters · 2020
14		Təqdimat	
15		Sənaye bazarında tələb formalaşması və alıcıların qərarvermə meyarları	Tükətici Davranışları Ve Davranışsal Niyetlər Dr. Hatice Mine Yayla · 2022 Consumer Behaviour Wayne D. Hoyer , Deborah J. MacInnis , Rik Pieters · 2020
		Final imtahanı	