

Yıl

İşletme Bölümü / İşletme Bölümü / İşletme						
Ders Kodu	Ders Adı	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi	AKTS
ISL4209	Nöro Pazarlama	3,00	0,00	0,00	3,00	5,00
Ders Detayı						
Dersin Dili	: Türkçe					
Dersin Seviyesi	: Lisans					
Dersin Tipi	: Seçmeli					
Ön Koşullar	: Yok					
Dersin Amacı	: amacı müşterinin beyninin gerçekte nasıl çalıştığını anlamak ve tüketici popülasyonu üzerinde pazarlamanın etkilerinin ne olacağını belirlemektir.					
Dersin İçeriği	: nöro pazarlama kavramı, nöro pazarlama teknikleri ve kullanılan araçlar, uygulama örnekleri					
Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar	: Dooley, R. (2012). Brainfluence: 100 Ways to Persuade and Convince Consumers with Neuromarketing. Wiley. Morin, C. (2011). Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior. Business Horizons. Ramsoy, T. Z. (2014). Introduction to Neuromarketing and Consumer Neuroscience. Neurons Inc. Yücel, E. (2020). Nöro Pazarlama: Tüketici Davranışlarında Beyin Etkisi. Beta Yayınları.					
Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri	: Sözlü ve yazılı anlatım, vaka analizi, örnek kampanya incelemesi, grup tartışması, beyin temelli veri analizi, sunum ve eleştirel değerlendirme.					
Dersi Veren Öğretim Elemanları	: Dr. Öğr. Üyesi Füsun Esenkal					
En Son Güncelleme Tarihi	: 20.10.2025 20:50:57					
Dosya İndirilme Tarihi	: 29.07.2026					

Ders Öğrenme Çıktıları
Bu dersi tamamladığında öğrenci :
1 Nöro pazarlamanın temel kavramlarını ve gelişim sürecini açıklar.
2 Beyin işlevlerinin tüketici kararları üzerindeki etkisini analiz eder.
3 Duygu, dikkat, algı ve hafızanın pazarlama süreçlerindeki rolünü değerlendirir.
4 Nöro ölçüm araçlarını (EEG, GSR, fMRI, Eye Tracking vb.) tanımlar ve yorumlar.
5 Nöro pazarlama verilerini etik ilkelere uygun şekilde yorumlar.

Ön / Yan Koşullar
Ders KoduDers AdıKoşulTeorikUygulamaLaboratuvarYerel KrediAKTS

Haftalık Konular ve Hazırlıklar						
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
1.Hafta	*Nöro Pazarlamaya Giriş: Kavram, Amaç ve Uygulama Alanı					
2.Hafta	*Nörobilim ve Pazarlama Arasındaki İlişki					
3.Hafta	*Beynin Yapısı ve Tüketici Davranışı					
4.Hafta	*Duygular, Motivasyon ve Karar Alma Süreçleri					
5.Hafta	*Algı, Dikkat ve Hafıza Mekanizmaları					
6.Hafta	*Nöro Ölçüm Teknikleri: EEG, GSR, Eye Tracking, fMRI					
7.Hafta	*Nöro Pazarlama Araştırmalarının Uygulama Alanları					
8.Hafta	*Ara Sınav					
9.Hafta	*Marka Algısı, Reklam ve Duygusal Bağ Kurma					
10.Hafta	*Nöro Pazarlama ve Tüketici Etkilenmesi					
11.Hafta	*Dijital Pazarlama ile Nöro Pazarlamanın Entegrasyonu					
12.Hafta	*Nöro Pazarlamada Etik Sorunlar					
13.Hafta	*Nöro Pazarlama Uygulama Örnekleri (Kampanya Analizleri)					
14.Hafta	*Genel Değerlendirme ve Öğrenci Sunumları					

Değerlendirme Sistemi %
1 Vize : 40,000

2 Kısa Sınav : 0,000
3 Ödev : 0,000
4 Uygulama / Pratik : 0,000
5 Araştırma Sunumu : 0,000
6 Final : 60,000

AKTS İş Yüğü			
Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	5,00	70,00
Ödev	5	6,00	30,00
Proje	0	0,00	0,00
Araştırma Sunumu	0	0,00	0,00
Uygulama / Pratik	0	0,00	0,00
Derse Katılım	14	3,00	42,00
Laboratuvar	0	0,00	0,00
Ara Sınav Hazırlık	1	5,00	5,00
Final Sınavı Hazırlık	1	3,00	3,00
Toplam : 150,00			
Toplam İş Yüğü / 30 (Saat) : 5			
AKTS : 5,00			

[illegible][illegible]