



www.manas.edu.kg

КЫРГЫЗ-ТҮРК "МАНАС" УНИВЕРСИТЕТИ
Экономика жана Башкаруу факультети
Менеджмент Бөлүмү
Курстун программасы

Курстун коду	Курстун аты (Кыргызча)	Курстун аты (Түркчө)	Семестр	Апталык саат	Кредит	ЕКТС
İŞL-426	КЕРЕКТӨӨЧҮНҮН ЖҮРҮШ- ТУРУШУ	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	8	3 + 0	3	4

Курстун деңгээли	Бакалавр
Курстун түрү	Тандоо
Координатор	Доц.М.А.Др. Азамат Максудунов
Курстун мугалими	Доц.М.А.Др. Азамат Максудунов
Курстун тили	Кыргызча
Жардамчылар	-
Аудитория	-
Курстун максаты	Студенттерге керектөөчүлөрдүн жүрүм - туруму боюнча теориялык жана практикалык маалыматтарды тааныштыруу

Колдонулуучу адабияттар

Колдонулуучу адабияттар	Адабияттын түрү
1 Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2002). Consumer Behavior. Ninth Edition. PITER.	Китеп
2 Фоксол, Г., Голдсмит. Р., & Браун, С. (2001). Психолгоия потребителя в маркетинге. Санкт-Петербург.	Китеп
3 Odabaşı, Y., Barış, G. (2002). Tüketici Davranışı. Dördüncü Baskı. MediaCat.	Китеп
4 Peter, J. P., Olson, J.C. (1994). Understanding Consumer Behavior. Irwin.	Китеп
5 Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2006). Consumer Behavior A European Perspective. Third Edition. Prentice Hall.	Китеп

Жетишилчү жыйынтыктар

1	Студент керектөөчүлөрдүн жүрүм - туруму боюнча илимий булактардагы теориялык моделдерди, керектөөчүнүн жүмүм - турумана таасирин тийгизген негизги факторлорду үйрөнөт.
---	---

Курстун планы

Апта	Темасы
1. Апта	Маркетинг дисциплинасы катары керектөөчүнүн жүрүм-туруму
2. Апта	Керектөөчүлөрдүн журум-туруму жана маркетинг стратегиясы
3. Апта	Керектөөчү журум-туруму боюнча теориялар жана моделдер
4. Апта	Керектөөчү журум-туруму боюнча теориялар жана моделдер
5. Апта	Керектөөчүнүн чечим чыгаруу процесси
6. Апта	Керектөөчүлөрдүн глобалдык укуктары
7. Апта	Керектөөчү журум-турумуна таасир тийгизген психологиялык факторлор
8. Апта	Керектөөчү журум-турумуна таасир тийгизген психологиялык факторлор
9. Апта	Ара сынак
10. Апта	Керектөөчү журум-турумуна таасир тийгизген социалдык-маданий факторлор
11. Апта	Керектөөчү журум-турумуна таасир тийгизген социалдык-маданий факторлор
12. Апта	Керектөөчү журум-турумуна таасир тийгизген маркетингдик факторлор
13. Апта	Керектөөчү журум-турумуна таасир тийгизген абалга жараша факторлор
14. Апта	Кардардын баалуулугу, канааттануусу жана лоялдуугу

Курстун планы

15. Апта	Уюмдук рыноктордо керектөөчүнүн жумум - туруму
16. Апта	Студенттердин презентациялары жана баалоо

Баалоо

Баалоо каражаты	Саны (даана)	Үлүшү (%)	Жалпы үлүшү
Арасынак	1	40	40
Финал сынагы	1	60	60