

---

**ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**NÖROPAZARLAMA TEZLİ-TEZSİZ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**  
**DERS İÇERİKLERİ**

---

**SOB501 Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Akademik Etik (3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Bilimsel araştırmaya ilişkin temel kavramlar. Araştırma problem ve soruları. Nitel ve nicel araştırmalar. Yöntem, örneklem, veri analizi. Raporlama. Bilimsel etik.

**NRP501 Temel Nörobilim (3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Nörobilim alanına giriş dersi. Sinirbilimlerin temel kavramları. Santral sinir sisteminin fonksiyonel organizasyonu ve normal işleyişindeki temel prensipler. Nörotransmitterler, nöromedyatörler, nöronlar arası etkileşim. İnsanın nörobiyolojik karakteri.

**NRP521 Beyinde Yapısal ve İşlevsel Süreçler (3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Beynin etkili kullanımı. İnsan beyninin yapısal ve işlevsel süreçleri. Beynin kısımları. Duygu merkezli kesitler, zihin merkezli kesitler. Merkezi sinir sistemi, çevresel sinir sistemi, otonom sinir sistemi ve aralarındaki etkileşim. Satınalma davranışlarının geliştirilmesinde beyin yapı ve işlevlerinin etkisi.

**NRP523 Pazarlama (3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Pazarlama kavramı ve pazarlama düşüncesinin gelişimi. Pazarlama karması. Tutundurma ve pazarlama iletişimi. Pazarlama iletişimde yeni yaklaşımlar.

**NRP525 İletişim, Algı ve İmaj Yönetimi (3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

İletişim kavramı ve modelleri. Bağlam. Algı ve algıların organizasyonu. İkna kuramları. Tüketici davranışlarında algı yönetiminin rolü. İmaj, kişisel imaj. Kurumsal imaj kavramı ve yönetimi. Kurum kültürü, kimliği, itibarı ve imaj ile ilişkileri. Kurumsal imajın tüketici davranışına etkisi.

**NRP527 Yaratıcı Reklamcılık ve Pazarlama (3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Yaratıcılık ve geliştirilmesi. Yaratıcı Düşünce Egzersizleri. Pazarlama ve reklamcılık. Reklamcılığın ve yaratıcı bakış açıları nasıl işler? Yaratıcı reklamcılığın gerektirdiği deneyim ve bilgiler. Yaratıcı reklamcılık uygulamaları.

**NRP502 Nöropazarlamaya Giriş (3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

İnsan beyni nasıl çalışır ve bu bilgi pazarlamada nasıl kullanılır? Sinirbilimin günümüzdeki ve gelecekteki kullanımına genel bir bakış. Tüketici seçimlerinde temel beyin mekanizmaları. Nörobilim ve nöropazarlamayı ilişkilendiren temel kavram ve kuramlar. Nöropazarlama stratejileri geliştirmede kullanılan nörobilim teknikleri.

**NRP504 Nöropazarlama Laboratuvarı****(2+2) Kredi: 3 AKTS: 6**

Tüketici karar alma süreçlerinin altında yatan bilinçdışı tepkileri ortaya çıkarmak için kullanılan nörobilim teknolojileri ve çıktılarının tanıtılması. Pazarlama iletişimde kullanılan belirli bir uyararla ilişkili olarak nörolojik yanıtları incelemekte kullanılan tekniklerin laboratuvar ortamında tanıtılması ve uygulama çalışmaları.

**NRP522 Nöropazarlamanın Davranışsal Temelleri****(3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Nörobilim ve davranış ilişkisi. Nörobilim ve satınalma süreçleri arasındaki ilişki. Beyinde satın alma kararlarının oluşum süreçlerinin analizi. Bireyin satınalma karar ve davranışının nörobilimsel temelleri. Pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde nörobilimin olanaklarından yararlanılması. Tüketicinin korunması sürecinde nörobilimin verilerinden yararlanılması. Nöropazarlamanın etik boyutu.

**NRP524 Kişilik Kuramları ve Nöropazarlama****(3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Başlıca kişilik kuramları ile kişilik gelişimi ve işleyişi alanındaki görgül çalışmaların incelenmesi. Ergenlik ve gençlikteki fiziksel, bilişsel, sosyal ve duygusal gelişim ve uyum konularının ele alınması. Kişilik ve satın alma davranışları ilişkisinin sorgulanması. Kişilik tiplerine göre nöropazarlama stratejileri hakkında çalışmalar yapılması.

**NRP526 Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Marka****(3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Tutundurma yönetiminden bütünleşik pazarlama yönetimine geçiş. 360 derece iletişim. İlişkisel pazarlama ve müşteri ilişkileri yönetimi. Satış merkezli iletişim ve pazarlama stratejileri yerine tüketiciyi merkeze taşıyan satış ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi. Ürün ve hizmet sunumundaki stratejilerin belirlenmesinde iletişimin olanaklarından yararlanmanın en etkin yolları. Her tür sunum ve organizasyonda iletişimin yeri ve önemi. Marka yönetiminde temel kavramlar ve süreçler. Marka yönetimi.

**NRP528 Dijital Pazarlama****(3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Yeni pazarlama anlayışları, medyanın gelişimi ve yeni eğilimler. Dijital teknoloji ve pazarlama ilişkisi. Dijital mecra kullanımında temel bilgiler. Arama motoru pazarlaması, sosyal ağlar, içerik yönetimi. Pazarlama stratejilerinde dijital teknolojinin kullanımı. Dijital pazarlama ortamında insan ilişkileri ve iletişimi. Dijital pazarlama ve markalama.

**NRP530 Satın Alma, Motivasyon ve İletişim****(3+0) Kredi: 3 AKTS: 6**

Motivasyon ve iletişim ilişkisi. İkna, gizli ikna, tanıtım, propaganda, reklam kavramlarının tanımı ve aralarındaki ilişki. İkna ve motivasyonda bilişsel ve psikolojik süreçler. Bu süreçlerin satın alma davranışı üzerindeki etkisi.

**NRP589 Bitirme Projesi****(0+0) Kredi: 0 AKTS: 30**

Öğrencilerin iki dönem boyunca aldığı derslerden elde ettiği bilgi ve becerileri kapsamlı bir araştırma projesine dönüştürerek sunması.

**NRP590 Seminer**

Tez önerisi ve tez hazırlama becerilerinin geliştirilmesi için bilgi paylaşımı ve uygulamalar.

**NRP591 Tez I****(0+0) Kredi: 0 AKTS: 30**

Öğrencinin, Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından atanan danışman gözetiminde, tez yazım kılavuzu çerçevesinde, tez savunmasının yapılacağı tarihe kadar yürüteceği çalışmalar.

**NRP592 Tez II****(0+0) Kredi: 0 AKTS: 30**

Öğrencinin, danışmanı gözetiminde, tez yazım kılavuzu çerçevesinde , tez savunmasının yapılacağı tarihe kadar yürüteceği çalışmalar.