Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZL409 - Endüstriyel Pazarlama**
Ders Türü	VII.Yarıyıl
Teori + Uygulama	2+0
AKTS	**5.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Mesleki Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	PROF. DR. NEZİHE FİGEN ERSOY ARCA

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Önkoşullar	Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersle ilişkili önerilen başka dersler bulunmamaktadır.
Önerilen Kaynaklar	Nezihe Figen Balta, (2006), Endüstriyel Pazarlama, Nobel Yayıncılık, AnkaraF. Müge Aslan, (2012), Endüstriyel Pazarlama, Beta, İstanbulNezihe Figen Ersoy, (2015), Endüstriyel/B2B Müşteri Davranışları ve Satın Alma Merkezi Analizi, Detay yayıncılık, Ankara
Staj & Uygulama	Bu ders için uygun değildir.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		endüstriyel pazarlar ve ürünler	
2. hafta		endüstriyel pazarlar ve ürünler	
3. hafta		endüstriyel pazarların tanımlanması	
4. hafta		endüstriyel pazar fırsatlarının belirlenmesi	
5. hafta		endüstriyel pazarları bölümleme	
6. hafta		endustriyel alıcı davranışları	
7. hafta		endüstriyel pazarlama karmasının tasarımı	
8. hafta		endüstriyel ürünleri planlama ve geliştirme	
9. hafta		endüstriyel fiyat stratejileri	
10. hafta		endüstriyel dağıtım stratejileri	
11. hafta		endüstriyel tutundurma stratejileri	
12. hafta		endüstriyel pazarlama programlarının kontrolü	
13. hafta		Müşterilerin kazanma stratejileri ve müşteri- satıcı işletme ilişkileri	
14. hafta		örnek olay çalışması	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Öğrenciler endustriyel pazarlama ilkeleri ile ilgili temel kavram ve ilkelerini tanımlayabilecektir.

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
2	Öğrenciler tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebilecektir.
3	Öğrenciler makro-mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişkileri açıklayabilecektir.
4	Öğrenciler endüstriyel pazarda pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması uygulamalarını tanıyabilecektir.
5	Öğrenciler endüstriyel pazar bölümleme, konumlandırma ve hedef pazarın seçilmesini açıklar.
6	Öğrenciler pazarlama yöneticilerinin uygulayabildiği endüstriyel pazarlama karması stratejilerini açıklayabilecektir.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

İçerik girilmemiştir.

Dersin Teması

İçerik girilmemiştir.

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	0	0	0
Staj Uygulaması	0	0	0
		Hesaplanan AKTS	**0**

Ölçme ve Değerlendirme

İçerik girilmemiştir.