Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZY504 - Endüstriyel/B2B Pazarlama Stratejileri**
Ders Türü	II.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**6.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	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	1. Phadtare, Milind T. (2014), Industrial Marketing-Phi, -Edn-22. Selvi Murat Selim, (2007), İlişkisel pazarlama, Detay Yayıncılık, Ankara3. Morris Michael H., (1992), Industrial and organizational marketing, MacMillan publishing Company, 2th.ed., New York4. Brennan Ross, Canning Louise, McDowell Raymond, (2011), Business to Business Marketing, 2th ed., Sage, London5. Weele Arjan J.Van, (2014), Satın alma ve tedarik zinciri yönetimi: analiz, strateji, planlama ve uygulama, 5. Basımdan çeviri, çev. Timuçin Binder, Çev. Editörü: Metin Çancı, Literatür yayınları, Ekim, İstanbul6. Robbins Stephen P., Judge Timothy A., (2013), Örgütsel Davranış, 14. Basımdan çeviri, Çeviri Editörü: Prof. Dr. İnci Erdem, Nobel, Ankara7. Balta Nezihe Figen, (2006), Endüstriyel Pazarlama, Nobel, Ankara8. Ersoy Nezihe Figen (2015) Endüstriyel/B2B Pazarlarda 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/B2B Pazarlamaya Giriş	
2. hafta		Endüstriyel/B2B Pazarlamanın Nitelikleri	
3. hafta		Satın Alma Fonksiyonu	
4. hafta		Örgütsel Satın Alma Davranışı	
5. hafta		Endüstriyel/B2B Pazarlarda Bölümleme, Hedef Pazar seçimi ve konumlama	
6. hafta		Endüstriyel/B2B Pazarlarda Bölümleme, Hedef Pazar seçimi ve konumlama	
7. hafta		Yeni ürün geliştirme ve ürün yönetimi	
8. hafta		Endüstriyel/B2B Pazarlama Kanalları	
9. hafta		Müşteri ile Diyalog kurmak	
10. hafta		Reklam Yoluyla iletişim	
11. hafta		Satış ve satış Yönetimi	
12. hafta		Endüstriyel/B2B Fiyatlama ve Pazarlık/Müzakere	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
13. hafta		Pazarlama çabalarını değerlendirme	
14. hafta		Müşteriyi elde tutma ve sadakat	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Öğrenciler endustriyel pazarlama ilkeleri ile ilgili temel kavram ve ilkelerini tanımlayabilecektir.
2	Öğrenciler tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebilecektir.
3	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.