



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Endüstriyel Pazarlama	PAZ5001		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	Üretim Yönetimi ve Pazarlama - YL - Lisansüstü (Yüzyüze eğitim)				
Amaç	Endüstriyel pazarlama dersi, işletme talebine etki eden güçleri, işletme piyasalarının niteliklerini ve alıcı olarak işletmelerin davranışlarının analiz edilmesini amaçlamaktadır.				
Ders İçeriği	Bu derste endüstriyel pazarlamanın yapısı üzerinde durulmaktadır. Endüstriyel pazar türleri ve müşteri davranışları, endüstriyel pazarlarda alıcı-satıcı ilişkileri, endüstriyel Pazar karması, endüstriyel (örgütsel) pazarlarda bilgi sisteminin kurulması ve işleyişi, endüstriyel pazar bölümlenme, hedef pazar seçimi ve konumlama stratejileri incelenmektedir.				
Ders Kaynakları	Endüstriyel Pazarlama, Balta Nezihe Figen (2006), Nobel Yayın Dağıtım, Hutt, Michael D. Ve Speh Thomas W., 2004, Business Marketing Management: A Strategic View of Industrial and Organizational Markets , Thomson/ South-Western., Ford, D.,2002, The Business Marketing Course Managing Course: Managing in Complex Networks, John Wiley& Sons, LTD., Özdemir, Ş.,2006, Endüstriyel Ürün Pazarlaması: Analitik Bir Yaklaşım, Seçkin Kitabevi, Şubat, Ankara.				

Hafta	Konu
1	Endüstriyel Pazarlamaya Giriş
2	Tüketici ve Endüstriyel Pazarlar
3	Örgütsel Pazarlarda Segmentasyon ve Konumlandırma
4	Yeni Ürün Gelişimi ve Yönetimi
5	Endüstriyel Pazarlarda Fiyatlandırma
6	Endüstriyel Pazarlarda Dağıtım Kanalları
7	Kişisel Satış Ve Satış Yönetimi
8	Reklamcılık Ve Satış Tutundurma
9	Endüstriyel Pazar İçin Müşteri İlişkileri Yönetimi Stratejileri
10	Endüstriyel Pazarlama Stratejileri ve Performans
11	İşletme Pazarları İçin E-Ticaret Stratejileri
12	Dünya konjonktürünün endüstriyel pazarlama ve piyasalara etkisi
13	Dünya konjonktürünün endüstriyel pazarlama ve piyasalara etkisi (saha araştırması)
14	Dünya konjonktürünün endüstriyel pazarlama ve piyasalara etkisi (saha araştırması) örnek olaylar üzerinden inceleme

Program Çıktıları

- İşletmenin makro ve mikro pazarlama çevresi sorunlarını tanımlayıp çözümlenebilirlik
- Pazarlama yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
- Üretim yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
- Güncel pazarlama sorunlarının çözümünde pazarlama teorisi ve teorik yaklaşımların rolünü belirleyebilmek
- Pazarlama teorilerinin farklı kültürel yapılarda nasıl uygulandığını belirleyebilmek
- Klasik ve güncel pazarlama teorileri arasındaki farklılık ve ilişkileri tanımlayarak değerlendirmek
- Pazarlama yönetiminde bilgi sistemlerinden faydalanarak pazarlama bilgisi toplamak ve analiz edebilmek
- Tedarik zinciri ve lojistik faaliyetlerinin yönetimi ve entegrasyonu becerisi
- Rekabet ortamında pazarlama fırsat ve tehditleri belirlemek ve bunlara uygun stratejiler geliştirebilmek
- Mikro ve makro pazarlama çevresi üyeleriyle iletişim, koordinasyon ve bilgi paylaşımını sağlayabilmek
- İşletme sorunlarını sayısal karar verme tekniklerini kullanarak belirlemek ve çözüm sunmak

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11
Endüstriyel pazarlamanın yapısını öğrenmek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Endüstriyel pazar türleri ve müşteri davranışları, endüstriyel pazarlarda alıcı-satıcı ilişkileri hakkında bilgi sahibi olmak,	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Endüstriyel Pazar karması, endüstriyel (örgütsel) pazarlarda bilgi sisteminin kurulması ve işleyişi, endüstriyel pazar bölümlenme, hedef pazar seçimi ve konumlama stratejileri hakkında bilgi sahibi olmak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-