

DERS PROFİLİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	Dönem	Kuram+PÇ+Lab (saat/hafta)	Kredi	AKTS
B2B Pazarlama	MAN 411	Güz	7	3+0+0	3	6

Ön Koşul	Yok
----------	-----

Dersin Dili	İngilizce
Ders Tipi	Seçmeli
Dersin Okutmanı	Yrd Doç. Dr. Mısra Gül
Dersin Asistanı	
Dersin Amaçları	<p>Bu dersin amacı, şirketler arası pazarlama çalışmalarını incelemektir. Tüketici pazarları (B2C) ve şirketler arası pazarlar (B2B) olarak adlandırdığımız pazarların benzer ve farklı yönlerinin araştırılacağı derste, hem temel pazarlama bilgileri tekrar edilecek, hem de B2B pazarların özgün imkan ve zorlukları tartışılacaktır. Bugün son kullanıcılardan çok şirketlerin ihtiyaçlarını karşılamak isteyenlerin bilmesi gereken uygulamalar bu dersin konusunu oluşturacaktır. İki ana nokta B2B pazarların bugün ve gelecekteki önemini vurgulamaktadır. Birincisi, ileri teknoloji üreten şirketlerin hemen hemen tamamının bu pazarlarda yer alması. İkincisi ise, B2B pazarlardaki e-ticaret kapasitesinin B2C pazarlardakinin on katına ulaşması.</p>
Dersin Öğrenme Çıktıları	<p>Kurs bittiğinde öğrenciler şunları yapabilirler:</p> <ol style="list-style-type: none">1. İş piyasasının niteliklerini tanımlar; iş faaliyetleri ve iş organizasyonları arasındaki gereken konularda bağlantıyı kurar [1, 2, 9].2. Tüketici piyasası ve iş piyasasındaki benzerlik ve farklılıkları karşılaştırır [9]3. Satıcı-alıcı ilişkisi, tüketici ilişkisi yönetimi ve tedarik zinciri yönetimi kapsamında iş durumunu analiz eder. [2, 9]4. İş pazarlama yönetimi için geçerli teorileri, fikirleri ve stratejik pazarlama perspektiflerini kullanarak uygun kararlar alır. [1, 9]
Dersin İçeriği	<p>Yönetim planlaması ve kontrol için ürün maliyeti ve maliyet analizi konuları. İleri muhasebe teorisinin, güncel sorunlar ve uzmanlaşmış konular üzerinde uygulaması. Konsolide raporlar, şirket birleşmeleri</p>

	ve devralmaların muhasebesi, ortaklar için muhasebe; kamu muhasebesi
--	--

DERS İÇERİĞİ

Hafta	Konu	İlişği
1	B2B (Şirketler Arası) Pazarlamaya Giriş	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
2	B2B Dünyası: Müşteriler, Şirketler, Pazarlar	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
3	İş Stratejisi Kavramları ve İçeriği	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
4	Pazar Araştırması ve Rekabet Analizi	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
5	Segmentasyon, Hedefleme ve Konumlandırma	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
6	Ürün ve Hizmet Geliştirme	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
7	B2B Pazarlamada Fiyatlandırma	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
8	İş Geliştirme ve Planlama	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
9	B2B Satış	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
10	B2B Markalaşma	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
11	Kanal İlişkileri ve Tedarik Zinciri	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
12	Pazar İletişimi	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
13	Hukuki ve Politik Faktörler	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice
14	İş Etiği ve Kriz Yönetimi	Vitale, Giglierano, & Pfoerstch, Business to Business Marketing; Analysis and Practice

Ders Kitabı	Business Marketing Management: B2B by Michael D. Hutt and Thomas W. Speh (Hardcover - Feb. 13, 2009)
Önerilen Kaynaklar	<ol style="list-style-type: none">1. A holistic model for coordinating supplier and customer relationships, Güney Danimarka üniversitesi; yazarları: Svend Hollensen ve Niels N. Grünbaum, Rekabetçi Sayfalar, Southern Denmark Üniversitesi.2. Relationship marketing in Japan: the buyer – supplier relationships of four automakers; yazarları: Jai-Beom Kim and Paul Michell, İş ve Endüstriyel Pazarlama Dergisi, Vol.14, No.2, 1999.

Yarıyıl Gereksinimleri	Sayı	Not Yüzdesi
Devam/Katılım		
Laboratuvar		
Uygulama	1	30
Staj		
Kısa Sınav		
Ödevler		
Sunum		
Proje		
Seminer		
Ara sınav	1	30
Final	1	40
Toplam		100

Yarıyıl Çalışmalarının Yüzdesi	1	60
Final Yüzdesi	1	40
Toplam		100

DERS ÇIKTILARININ PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI

#	Program Çıktıları	Katkı Düzeyi *				
		1	2	3	4	5
1	Örgütsel yapı içerisinde ne şekilde planlama, organizasyon, liderlik ve kontrol mekanizmalarının işleyeceğini idrak etmek.	X				
2	Teorileri gerçek hayat fonksiyonları ile bağdaştırabilmek.				X	
3	Sözlü ve yazılı olarak etkin iletişim becerisine sahip olmak.				X	
4	Takım çalışmalarında etkin biçimde rol alarak takımın ilerlemesine katkıda bulunmak.				X	
5	Bilgisayar ve gerekli paket programı kullanımı becerisine sahip olmak.			X		
6	İş dünyasının yasal çerçevesini düzenleyen başlıca hukuk kurallarını dikkate almak.		X			
7	Muhasebede kullanılan temel yöntemleri ve bu yöntemlerin iş dünyasındaki uygulamaları konusunda bilgi sahibi olmak.	X				
8	İş çevresinde finansal analiz tekniklerinden faydalanabilmek.		X			
9	Pazarlamanın fonksiyonlarını ve iş hayatındaki uygulamalarını tanıyabilmek.					X
10	Başlıca sayısal analiz yöntemlerinden ve bu yöntemlerin iş dünyasındaki uygulamalarından yararlanabilmek.		X			
11	İş süreçleri ve proje yönetimi tekniklerinin temel prensiplerini uygulayabilmek.			X		
12	Problem çözme ve karar almaya ilişkin veri toplama tekniklerinden faydalanabilmek.		X			
13	Disiplinler arası bakış açısı kazanmak.					X
14	İş etiği ve sosyal sorumluluk konularında bilince sahip olmak.					X

*1 En az, 2 Az, 3 Ortalama, 4 Yüksek, 5 En yüksek

ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ /AKTS (AVRUPA KREDİ TRANSFER SİSTEMİ) TABLOSU

Etkinlikler	Sayı	Süre (Saat)	Toplam İşyükü
Ders Saati (Sınavlar Dahil)	13	2	26
Öğreticiler	4	1	4
Laboratovar			
Uygulama	8	4	32
Staj			
Saha Araştırması			
Ders Saatleri Dışı Çalışma			
Sunum / Seminer			
Proje	10	1	10
Ders Öncesi Okuması	13	6	78
Ödevler			
Kısa Sınavlar			
Ara Sınavlar			
Final Sınavı			
Toplam İş Yükü			150

DERS KATEGORİLERİ

ISCED GENEL ALAN KODU	GENEL ALANLAR	ISCED TEMEL ALAN KODU	EĞİTİM VE ÖĞRETİM TEMEL ALANLARI	
1	Eğitim	14	Öğretmen Yetiştirme ve Eğitim Bilimi	0
2	Beşeri Bilimler ve Sanat	21	Sanat	0
		22	Beşeri Bilimler	0
3	Sosyal Bilimler, İşletme ve Hukuk	31	Sosyal ve Davranış Bilimleri	0
		32	Gazetecilik ve Enformasyon	0
		34	İşletme ve Yönetim Bilimleri	100
		38	Hukuk	0
4	Bilim, Matematik ve Bilgisayar	42	Yaşam Bilimleri	0
		44	Doğa Bilimleri	0
		46	Matematik ve İstatistik	0
		48	Bilgisayar	0
5	Mühendislik, Üretim ve Yapı	52	Mühendislik	0
		54	Üretim ve İşleme	0
		58	Mimarlık ve Yapı	0
6	Tarım ve Veterinerlik	62	Tarım, Ormancılık ve Su Ürünleri	0
		64	Veterinerlik	0
7	Sağlık ve Refah	72	Sağlık	0
		76	Sosyal Hizmetler	0
8	Hizmetler	81	Kişisel Hizmetler	0
		84	Ulaştırma Hizmetleri	0

		85	Çevre Koruma	0
		86	Güvenlik Hizmetleri	0