

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G447	Endüstriyel Pazarlama	5	3	0	0	3	5

Ön Koşul

Derse Kabul Koşulları

Dersin Dili Fransızca

Türü Seçmeli

Dersin Düzeyi Lisans

Dersin Amacı Bu kursun operasyonel olması amaçlanmıştır. Öğrencinin pazarlamadaki ana teorileri ve hem son tüketici ile hem de B'den B'ye çalışan şirket içindeki somut uygulamalarını anlamasına izin vermelidir

1. ders: Pazarlama nedir? Hedefler ve tartışmalar.

2. kurs: Tüketici davranışının analizi

3. kurs: Endüstriyel satın alma analizi

4. kurs: Pazar analizinin unsurları

5. ders: Sentez ve örnekler

6. ders: Örnek olay incelemesi

7. kurs: Bir pazarlama stratejisinin tanımının unsurları

8. ders: SWOT analizi ve uzantıları

9. kurs: Hedefleme ve konumlandırma

10. kurs: MIX Pazarlama

11. kurs: MIX Pazarlama

12. kurs: MIX Pazarlama

13. Ders: Analizin sınırları - Endüstriyel alanın özellikleri.

14. ders: Vaka ve sentez

Aşağıdakileri içeren çok sayıda eser:

Mercator: Teoriler ve Yeni Pazarlama Uygulamaları

Yazan: Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon, Collectif

Kaynaklar

Pazarlama Yönetimi

Yazan: Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Delphine Manceau, Bernard Dubois

Eğitim materyali ve analiz edilen vakalar Microsoft Teams'de öğrencilere sunulacaktır.

Teori Konu Başlıkları

Hafta

Konu Başlıkları