



به نام ایزدوانا

(کاربرگ طرح درس)

تاریخ به روز رسانی:

دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری

نیمسال دوم سال تحصیلی ۹۷-۹۸

| | | | |
|---|---|-------------------------|--|
| نام درس | فارسی: بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته | تعداد واحد: ۲ واحد نظری | مقطع: کارشناسی □ کارشناسی ارشد □ دکتری □ |
| | لاتین: Advanced Marketing and Market Management | | |
| پیش نیازها و هم نیازها: | | | |
| مدرس: دکتر عظیم زارعی | شماره تلفن اتاق: ۳۱۵۳۳۵۹۷ | | |
| پست الکترونیکی: | A_zarei@semnan.ac.ir | | |
| منزلهگاه اینترنتی: | | | |
| برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: | | | |
| اهداف درس: آشنایی دانشجویان با مباحث مدیریت بازاریابی و بازاریابی بین الملل | | | |
| امکانات آموزشی مورد نیاز: کلاس/ویدئو پروژکتور | | | |
| نحوه ارزشیابی | فعالیت های کلاسی و آموزشی | ارزشیابی مستمر (کوئیز) | امتحان میان ترم |
| درصد نمره | | | امتحان پایان ترم |
| منابع و مآخذ درس | مدیریت بازاریابی کاتلر و کِلر، ترجمه مهدی امیرجعفری، نشر نص | | |

بودجه بندی درس

| شماره هفته آموزشی | مبحث | توضیحات |
|-------------------|---|---------|
| ۱ | آشنایی با دانشجویان و توضیح هدف های درس | |
| ۲ | طراحی استراتژی ها و برنامه های بازاریابی | |
| ۳ | انجام تحقیقات بازاریابی | |
| ۴ | تجزیه و تحلیل بازارهای مصرفی | |
| ۵ | تجزیه و تحلیل بازارهای صنعتی | |
| ۶ | شناسایی بخش های بازار و تعیین بازارهای هدف | |
| ۷ | خلق ارزش ویژه نام های تجاری | |
| ۸ | موضع یابی برای نام های تجاری | |
| ۹ | طراحی استراتژی های محصول | |
| ۱۰ | استراتژی ها و برنامه های قیمت گذاری | |
| ۱۱ | طراحی و مدیریت شبکه های بازاریابی یکپارچه | |
| ۱۲ | مدیریت خرده فروشی ها، عمده فروشی ها و تدارکات | |
| ۱۳ | مدیریت ارتباطات انبوه: تبلیغات، ترویج فروش، رویدادها و تجربه ها و روابط عمومی | |
| ۱۴ | مدیریت ابزارهای ارتباطی شخصی: بازارهای مستقیم و تعاملی، بازارهای دهان به دهان و فروش شخصی | |
| ۱۵ | نفوذ در بازارهای جهانی | |
| ۱۶ | رفع اشکال و پاسخ به سوالات دانشجویان و بررسی پروژه دانشجویان | |