ن والقلم وما یسطرون

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
دانشگاه تفرش

طرح درس اصول بازاریابی (۲ واحد نظری- اختیاری)- مقطع کارشناسی

دروس پیش نیازی: گذراندن حداقل ۸۰ واحد درسی **دروس پس نیازی:** ندارد

تاریخ میان‌ترم (*غیر قابل تغییر*): یکشنبه مورخ ۱۱ آذر ماه ساعت ۱۳

استاد درس: دکتر چراغعلی خانی **نیمسال اول** ۱۳۹۸-۱۳۹۷

اهداف مصوب دوره:

آشنایی با نقش بازاریابی در اقتصاد، وظایف بازاریابی و تکنیکهای بازاریابی جهت بررسی وضعیت بازار، رفتار خریدار، قیمت گذاری محصولات و لزوم تبلیغات در پیشبرد فروش.

سرفصل مباحث دوره:

ردیف	موضوعات
۱	مفهوم و لزوم بازاریابی
۲	مفاهیم مرتبط با بازارها
۳	اقسام بازار
۴	محیط بازار
۵	تقسیم بندی بازار
۶	عملیات و وظایف بازاریابی
۷	تکنیکهای بازاریابی
۸	برنامه ریزی بازاریابی
۹	بررسی خریداران
۱۰	پیش بینی رفتار خریدار
۱۱	توسعه بازار
۱۲	مدیریت محصول
۱۳	توسعه محصولات جدید
۱۴	قیمت گذاری
۱۵	نقش تبلیغات در پیشبرد فروش
۱۶	حفظ و توسعه بازار

Tafresh University (Dr. Cheraghalikhani)

منابع پیشنهادی جهت مطالعه بیشتر:

عنوان	نویسنده	انتشارات-سال چاپ
اصول بازاریابی	فیلیپ کاتلر، گری آرمسترانگ؛ مترجم علی پارسیان	مدیر فردا
قیمت گذاری به زبان ساده	محمد بلوریان تهرانی	نشر بازرگانی
تحقیقات کیفی در بازاریابی و رفتار مصرف کننده	راسل دبلیو بلک، ایلین فیشر و رابرت وی کوزینتس، مترجمان: کارمبیز حیدرزاده و افشین رهنما	نشر علم
هوشمندی رقابتی و هوشمندی بازاریابی	پرویز درگی و احمد آخوندی	نشر بازاریابی

ساختار شکست نمره:

موضوع	نمره
حضور مستمر و مشارکت در مباحث کلاس	۲
ارائه کلاسی	۴
امتحان میان ترم	۶
امتحان پایان ترم	۸

توضیحات:

- ارائه به صورت اسلاید بوده و ارزشیابی بر اساس کیفیت و غنای مطالب، جذابیت فایل تهیه‌شده و نحوه ارائه می باشد.
- مستندات ارائه نظیر فایل سرچها، فایل پاور و .... در یک سی دی تحویل داده شود.
- برای هر ارائه نهایتا در دو صفحه A4 نکات مهم در اختیار دانشجویان قرار داده شود.
- قابل ذکر است که سوالات امتحانی علاوه بر عناوین مطرح شده در سر فصلها شامل مجموعه مباحث کلاسی که در بند قبلی بیان شد نیز خواهد بود.

با آرزوی موفقیت

علی چراغعلی خانی

Tafresh University (Dr. Cheraghalikhani)