

ن و القلم و ما بسطرون



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

دروس پس نیازی: ندارد

دروس پیش نیازی: گذراندن حداقل ۸۰ واحد درسی

تاریخ میان ترم (غیرقابل تغییر): هفته آخر اردیبهشت

نیمسال دوم ۱۴۰۲-۱۴۰۱

استاد درس: دکتر چراغعلی خانی

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 مرتبه 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

منابع پیشنهادی جهت مطالعه بیشتر:

عنوان	نویسنده	انتشارات-سال چاپ
اصول بازاریابی	فیلیپ کاتلر، گری آرمستانگ؛ 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: کارمیز 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	2
ارائه کلاسی	4
امتحان میان ترم	6
امتحان پایان ترم	8

توضیحات:

- ارائه به صورت اسلاید بوده و ارزشیابی بر اساس کیفیت و غنای مطالب، جذابیت فایل تهیه شده و نحوه ارائه می باشد.
- مستندات ارائه نظیر فایل سرچها، فایل پاور و در یک سی دی تحويل 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 سرفصلها شامل مجموعه مباحث کلاسی که در بند قبلی بیان شد نیز خواهد بود.

با آرزوی موفقیت

علی چراغعلی خانی