 به نام ایزد دانا

(کاربرگ طرح درس) تاریخ به­روز رسانی: 1/12/97

دانشکده مهندسی مواد و صنایع نیمسال اول/دوم سال تحصیلی ......

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مقطع: کارشناسی□ کارشناسی ارشد■ دکتری□ | تعداد واحد: نظری... عملی... | فارسی: مدیریت بازاریابی | نام درس |
| پیش­نیازها و هم­نیازها: | لاتین: Marketing management  |
| شماره تلفن اتاق: 02333654275 | مدرس/مدرسین:محمدعلی بهشتی نیا |
| منزلگاه اینترنتی: | پست الکترونیکی:beheshtinia@semnan.ac.ir |
| برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: یکشنبه 14 الی 15- دوشنبه 16 الی 17 - چهارشنبه 16 الی 17  |
| اهداف درس: شناسایی دانشجویان با مفاهیم، اصول و تاکتیکهای نوین بازاریابی در ایران و جهان که در آن با میاحثی نظیر منابع، محیطهای بازاریابی و مدیریت برند آشنا می شوند. |
| امکانات آموزشی مورد نیاز: |
| امتحان پایان­ترم | امتحان میان­ترم | ارزشیابی مستمر(کوئیز) | فعالیت­های کلاسی و آموزشی | نحوه ارزشیابی |
| 50 | 25 | 20 | 5 | درصد نمره |
| آرمسترانگ، گری و کاتلر، فیلیپ، (1390) اصول بازاریابی(جلدهای اول و دوم) ترجمه علی پارساییان و جهان نوپل، تمپورال (1391) برند سازی و بازاریابی اسلامی (ساختن کسب و کارهای اسلامی جهانی) ترجمه احمد روستا و علی صالحی، چاپ و نشر بازرگانیروستا، احمد، ونوس ، داور و ابراهیمی، عبدالحمید (1391) مدیریت بازاریابی، سمت | منابع و مآخذ درس |

**بودجه­بندی درس**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **توضیحات** | **مبحث** | **شماره هفته آموزشی** |
|  | معرفی وتاریخچه | **1** |
|  | مراحل توسعه بازاریابی | **2** |
|  | اصول و مفاهیم بازاریابی (شناخت آمیخته بازاریابی شامل محصول، قیمت ، کانال های توزیع و ترویج ) | **3** |
|  | فرایند بازاریابی و نقش بازاریابی استراتژیک یک سازمان | **4** |
|  | آشنایی با نظریه ها و اجزای بازاریابی(مانند ارتباطات بخش بندی بازار ، تبلیغات ، لجستیک، قیمت گذاری،بسته بندی) | **5** |
|  | منابع بازاریابی(منابع انسانی و بازاریابی داخلی و خارجی) | **6** |
|  | مدیریت اطلاعات بازاریابی | **7** |
|  | محیط های بازاریابی(کلان،بسترهای گوناگون، بین سازمانی) | **8** |
|  | بازاریابی یکپارچه | **9** |
|  | شناخت رفتار خرید مصرف کننده و مشتری | **10** |
|  | برندسازی و مدیریت برند | **11** |
|  | بازاریابی خدمات(تفاوت ها ، فلسفه، فرصت ها و چالش ها) | **12** |
|  | بازاریابی در ایران و جهان (بررسی و مطالعات موردی) | **13** |
|  | آخرین تحولات،دستاورها و تکنیک ها | **14** |
|  | بازاریابی از منظر اسلام | **15** |
|  | جمع بندی مطالب بازاریابی و تحلیل برخی کیس ها | **16** |