
طرح درس بازاریابی صنعتی و خدمات (ارشد، ۲ واحد) کد درس: 123311

عبدالهادی درزیان عزیزی؛ استادیار گروه مدیریت؛ دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی

جایگاه کلی درس در دوره: این درس تخصصی مربوط به کاربرد بازاریابی در بازارهای سازمانی و صنعتی و خدماتی است.

هدف کلی: آشنایی با بازارهای صنعتی (B2B) و درک رفتار خریداران و مصرف کنندگان در این بازار. بخش‌بندی بازار (S.T.P) و طراحی، تولید و ارائه محصولات و به کارگیری از فناوری اطلاعات برای اتخاذ تصمیم‌های درست و مدیریت ارتباطات مشتریان از موضوعات اصلی در این مبحث است. همچنین، در این درس به مفاهیم بازاریابی خدمات (گردشگری، بانکداری، مشاوره و ...) با توجه به اهمیت روزافزون آن نیز پرداخته می‌شود.

اهداف یادگیری: بکارگیری مفاهیم بازاریابی در بازارهای سازمانی، صنعتی و خدماتی

رفتار ورودی: آشنایی با مفاهیم بازاریابی (بخش بندی بازار، آمیخته بازاریابی و فرآیند مدیریت بازاریابی) نیاز اولیه این درس می‌باشد.

مواد و امکانات آموزشی: کتاب، اسلاید (پاورپوینت) و اینترنت

روش تدریس: ارائه مطالب در کلاس و ایجاد تعامل و جلب مشارکت دانشجویان با پرسش و پاسخ و ارائه نمونه‌های کاربردی

وظایف دانشجوی: حضور فعال در کلاس و انجام پروژه کلاسی

منابع اصلی درس:

- بازاریابی صنعتی (کریشنا ماچارولو و لالیتا آر، ترجمه دکتر روستا و ...)
 - بازاریابی صنعتی (سید جوادین)
-

▪ اسلایدها

▪ اینترنت

ارزشیابی درس:

✓ حضور فعال در کلاس (۱۰٪)

✓ پروژه کلاسی ارائه شده در کلاس (۳۰٪)

✓ آزمون پایان ترم تشریحی (۶۰٪)

هفته اول ماهیت بازاریابی صنعتی

هفته دوم رفتار خریداران صنعتی

هفته سوم استراتژی های بازاریابی صنعتی

هفته چهارم مدیریت محصول

هفته پنجم قیمت گذاری

هفته ششم مدیریت کانال های توزیع و زنجیره تامین

هفته هفتم **ارائه پروژه کلاسی**

هفته هشتم مدیریت فروش و مدیریت روابط مشتری

هفته نهم ترفیعات و تبلیغات

هفته دهم تجارت الکترونیک در بازار صنعتی

هفته یازدهم اخلاق در بازاریابی صنعتی

هفته دوازدهم بازاریابی خدمات

هفته سیزدهم مدیریت رضایت مشتری

هفته چهاردهم **ارائه پروژه کلاسی**

هفته پانزدهم استرتژی های وفادارسازی

هفته شانزدهم توسعه محصول جدید
