

---

طرح درس بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته (ارشد، ۲ واحد) کد درس: 123307

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

جایگاه کلی درس در دوره: این درس پایه‌ای برای دروس مرتبط با بازاریابی است.

**هدف کلی:** آموزش مفاهیم بازاریابی و مدیریت بازاریابی. بازاریابی پاسخ به نیاز مشتریان به شکل سودآور است. مدیریت بازاریابی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های بازار و انتخاب بهترین بازارها برای فعالیت‌های بازاریابی است. امروزه، رضایت و وفاداری مشتریان هدف از طریق خلق ارزش برتر و استفاده از روش‌های نوین ضرورت موفقیت در کسب و کار است که در این درس به آن پرداخته می‌شود.

**اهداف یادگیری:** درک مفاهیم مرتبط با بازار و بازاریابی، چگونگی ایجاد، ابلاغ و تحویل ارزش به مشتریان هدف و مدیریت ارتباطات مشتری از جمله اهداف اصلی این درس می‌باشند.

**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 درس:**

- اصول و مبانی مدیریت بازاریابی (فیلیپ کاتلر و کوین لین کلا؛ ترجمه عبدالوند و حیدرزاده)
  - مدیریت بازاریابی (روستا، ونوس و ابراهیمی)
  - اسلایدها
-

شیوه آزمون و ارزشیابی:

- ✓ حضور فعال در کلاس (۱۰%)
- ✓ پروژه کلاسی ارائه شده در کلاس (۲۰%)
- ✓ آزمونک کلاسی (۱۰%)
- ✓ آزمون پایان‌ترم تشریحی (۶۰%)

مروری بر ماهیت و گستره بازاریابی	○ مفاهیم بازاریابی ○ گرایش‌های بازاریابی ○ وظایف مدیریت بازاریابی	هفته اول
برنامه و عملکرد بازاریابی	○ برنامه بازاریابی ○ عملکرد بازاریابی	هفته دوم
ارزش‌آفرینی برای مشتری	○ فرآیند ارزش‌آفرینی ○ دیدگاه‌ها نسبت به مشتری ○ رضایت و وفاداری مشتری ○ ارزش بلندمدت مشتری ○ استراتژی‌های وفادارسازی مشتری	هفته سوم
بخش‌بندی بازار	○ اهمیت بخش‌بندی بازار ○ بخش‌بندی مبتنی بر ارزش ○ بخش‌بندی مبتنی بر پروفایل ○ STP	هفته چهارم
بازار مصرفی و بازار صنعتی	○ تفاوت بازار مصرفی و صنعتی ○ رفتار مصرف‌کنندگان ○ خرید صنعتی	هفته پنجم
هوشمندی در بازاریابی	○ سیستم اطلاعات بازاریابی نوین ○ شناخت بازارها ○ تقاضای بازار ○ محیط بازاریابی	هفته ششم
ارائه پروژه کلاسی	---	هفته هفتم
برند و برندسازی	○ ارزش ویژه برند ○ جایگاه‌یابی برند	هفته هشتم
مدیریت محصول و PLC	○ مدیریت محصولات ○ مدیریت محصول جدید ○ بازاریابی محصول از طریق PLC	هفته نهم
مدیریت خدمات	○ ماهیت خدمات ○ بازاریابی خدمات ○ مدیریت کیفیت خدمات	هفته دهم

○ خدمات پس از فروش	○ قیمت‌گذاری	هفته یازدهم
○ فرآیند تعیین قیمت		
○ تطبیق قیمت		
○ تغییر قیمت و جنگ قیمت		
○ نقش کانال‌های بازاریابی	○ مدیریت کانال‌های یکپارچه بازاریابی	هفته دوازدهم
○ طراحی کانال‌های بازاریابی		
○ تجارت الکترونیک		
○ ارتباطات بازاریابی جامع	○ مدیریت ارتباطات بازاریابی	هفته سیزدهم
○ مدیریت ارتباط جمعی		
○ مدیریت ارتباطات شخصی		
---	○ ارائه پروژه کلاسی	هفته چهاردهم
○ اهمیت بازاریابی جهانی	○ بازاریابی جهانی	هفته پانزدهم
○ راهبرد بازاریابی جهانی	○ بازاریابی استارت‌آپ‌ها	هفته شانزدهم
○ اهمیت استارت‌آپ‌ها		
○ دلایل شکست استارت‌آپ‌ها		
○ بازاریابی استارت‌آپ‌ها		