

## طرح درس بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته (مجازی ۹۹)

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

**هدف کلی درس:** 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، به 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.

### منابع اصلی درس:

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

### ارزشیابی درس:

- ✓ حضور فعال در کلاس و فعالیت‌های کلاسی (تا ۲۰٪)
- ✓ آزمون کلاسی (تا ۳۰٪)
- ✓ آزمون پایان‌ترم (تا ۶۰٪)

○ مفاهیم بازاریابی ○ گستره بازاریابی ○ گرایش‌های بازاریابی ○ وظایف مدیریت بازاریابی	مروری بر ماهیت و گستره بازاریابی	هفته اول
○ برنامه بازاریابی ○ عملکرد بازاریابی	برنامه و عملکرد بازاریابی	هفته دوم
○ فرآیند ارزش‌آفرینی ○ دیدگاه‌ها نسبت به مشتری ○ رضایت و وفاداری مشتری ○ ارزش بلندمدت مشتری ○ استراتژی‌های وفادارسازی مشتری	ارزش‌آفرینی برای مشتری	هفته سوم

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ اهمیت بخش‌بندی بازار</li> <li>○ بخش‌بندی مبتنی بر ارزش</li> <li>○ بخش‌بندی مبتنی بر پروفایل</li> <li>○ STP</li> </ul>	بخش‌بندی بازار	هفته چهارم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ تفاوت بازار مصرفی و بازار صنعتی</li> <li>○ رفتار مصرف‌کنندگان</li> <li>○ خرید صنعتی</li> </ul>	بازار مصرفی و بازار صنعتی	هفته پنجم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ سیستم اطلاعات بازاریابی نوین</li> <li>○ شناخت بازارها</li> <li>○ تقاضای بازار</li> <li>○ محیط بازاریابی</li> </ul>	هوشمندی در بازاریابی	هفته ششم
---	ارائه پروژه کلاسی	هفته هفتم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ارزش ویژه برند</li> <li>○ جایگاه‌یابی برند</li> </ul>	برند و برندسازی	هفته هشتم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ مدیریت محصولات</li> <li>○ مدیریت محصول جدید</li> <li>○ بازاریابی محصول از طریق PLC</li> </ul>	مدیریت محصول و PLC	هفته نهم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ماهیت خدمات</li> <li>○ بازاریابی خدمات</li> <li>○ مدیریت کیفیت خدمات</li> <li>○ خدمات پس از فروش</li> </ul>	مدیریت خدمات	هفته دهم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ فرآیند تعیین قیمت</li> <li>○ تطبیق قیمت</li> <li>○ تغییر قیمت و جنگ قیمت</li> </ul>	قیمت‌گذاری	هفته یازدهم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ نقش کانال‌های بازاریابی</li> <li>○ طراحی کانال‌های بازاریابی</li> <li>○ تجارت الکترونیک</li> </ul>	مدیریت کانال‌های یکپارچه بازاریابی	هفته دوازدهم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ارتباطات بازاریابی جامع</li> <li>○ مدیریت ارتباط جمعی</li> <li>○ مدیریت ارتباطات شخصی</li> </ul>	مدیریت ارتباطات بازاریابی	هفته سیزدهم
---	ارائه پروژه کلاسی	هفته چهاردهم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ اهمیت بازاریابی جهانی</li> <li>○ راهبرد بازاریابی جهانی</li> </ul>	بازاریابی جهانی	هفته پانزدهم
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ اهمیت استارت‌آپ‌ها</li> <li>○ دلایل شکست استارت‌آپ‌ها</li> <li>○ بازاریابی استارت‌آپ‌ها</li> </ul>	بازاریابی استارت‌آپ‌ها	هفته شانزدهم