
طرح درس مدیریت استراتژیک بازاریابی (ارشد، ۲ واحد) شناسه درس: 123310

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

جایگاه کلی درس در دوره: این درس تخصصی مربوط به بالاترین سطوح تصمیم‌گیری در مدیریت بازاریابی است.

هدف کلی: مشتریان آگاه‌تر و شدت رقابت، شرکت‌ها را ناگزیر از توجه بیشتر به تدوین، اجرا و کنترل برنامه‌های اثربخش برای مدیریت بازار کرده است. مدیریت استراتژیک بازاریابی به دنبال کسب مزیت رقابتی و تقویت سودآوری و جایگاه در بازار است.

اهداف یادگیری: آشنایی با مدل G-STIC و 5C's و 3V و مدیریت رشد کسب‌وکارها

رفتار ورودی: آشنایی بازاریابی و مدیریت بازار

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 دانشجویان: حضور فعال در کلاس و انجام پروژه کلاسی

منابع اصلی درس:

- مدیریت استراتژیک بازاریابی (الکساندر چرنو؛ ترجمه فریدچهر)
 - مدیریت استراتژیک بازار (دیوید آکر؛ ترجمه روستا)
 - مدیریت استراتژیک (فرد آر. دیوید؛ ترجمه پارسانیان و اعرابی)
 - بازاریابی مبتنی بر ارزش (پیتر دوایل؛ عمادزاده و قنات آبادی)
 - اسلایدها
-

ارزشیابی درس:

✓ حضور فعال در کلاس (۱۰٪)

✓ پروژه کلاسی ارائه شده در کلاس (۲۰٪)

✓ آزمونک کلاسی (۱۰٪)

✓ آزمون پایان‌ترم تشریحی (۶۰٪)

○ مدیریت، بازاریابی و مدیریت بازاریابی مقدمه هفته اول

○ مروری بر مدیریت استراتژیک

○ مراحل سه‌گانه مدیریت بازاریابی فرآیند مدیریت بازاریابی هفته دوم

○ مدل G-STIC

○ Set the Goal اجزای مدل G-STIC هفته سوم

○ Develop the Strategy

○ Design the Tactics

○ Define the Implementation Plan

○ Identify the Control Metrics

○ تجزیه و تحلیل مشتری تجزیه و تحلیل موقعیت و STP هفته چهارم

○ تجزیه و تحلیل شرکت تجزیه و تحلیل موقعیت و STP هفته پنجم

○ تجزیه و تحلیل همکار، رقابت و محیط تجزیه و تحلیل موقعیت و STP هفته ششم

○ ارزش مشتری (برای)	مدیریت ارزش 3V	هفته هفتم
○ ارزش شرکت (برای)	مدیریت ارزش 3V	هفته هشتم
○ ارزش همکار (برای)	مدیریت ارزش 3V	هفته نهم
---	ارائه پروژه کلاسی	هفته دهم
○ مدیریت کالا و خدمات	مدیریت آمیخته بازاریابی	هفته یازدهم
○ مدیریت نام و نشان تجاری		
○ مدیریت قیمت	مدیریت آمیخته بازاریابی	هفته دوازدهم
○ مدیریت مشوق ها		
○ مدیریت ارتباطات	مدیریت آمیخته بازاریابی	هفته سیزدهم
○ مدیریت توزیع		
○ جایگاه بازار	مدیریت رشد	هفته چهاردهم
---	ارائه پروژه کلاسی	هفته پانزدهم
○ مدیریت محصول جدید	مدیریت رشد	هفته شانزدهم