

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

به نام خدای بخشنده و مهربان

In the name of Allah, the Beneficent, the Merciful.



تحقیقات بازاریابی

مدرس: فنایی مرحمت

طرح درس

- هدف:
- بررسی عمیق و جامع اصول و روش های مدیریت بازار و جنبه های کاربردی آن در بازرگانی به ویژه کسب و کارهای جدید و یا کسب و کارها با رویکرد توسعه محصول جدید و توسعه بازارهای و ورود به بازارهای جدید، به طوری که دانشجو بتواند با استفاده از مطالبی که در اصول بازاریابی و سایر دروس مشابه آموخته است. وضع بازارها را بررسی نماید و برای کسب و کار خود با توجه به تحلیل از بازار صنعت، بازار ملی و بازار بین المللی یک برنامه بازاریابی مناسب ارائه دهد.
- این درس دارای جنبه های پژوهشی و کاربردی می باشد و به صورت سمینار مطرح می باشد و بنابراین دانشجویان وظیفه ارائه مباحث جدید، پاسخگویی به سوالات تحلیلی مطرح شده، مشارکت در کلاس و حضور فعالانه و ارائه پروژه نهایی را بر عهده خواهند داشت.

بعضی از سرفصل ها

- مرور مفاهیم اصلی بازاریابی و جایگاه آن در مدیریت کسب و کار
- بررسی نیاز، خواسته و تقاضا در جامعه
- بررسی نیازهای جامعه در زمینه کالاها و خدمات
- تعیین اولویت ها در رابطه با نیازهای اساسی جامعه و امکانات تولید در داخل کشور
- بررسی انواع بازارها از نظر ماهیت و هدف
- تحقیقات بازاریابی در بازارهای داخلی و بررسی جامعه فرایند تحقیقات بازار
- بررسی فرایند برنامه ریزی بازاریابی و طرح جامعی از فرایند برنامه ریزی بازاریابی در کسب و کارهای مختلف

منابع درس

- جزوه و اسلاید های کلاس
- اعرابی، سید محمد، "تحقیقات بازاریابی"، نشر مهکمه، ۱۳۹۰.
- کتب لاتین مالهوترا

زمان بندی کلاس

- تدریس
- بحث موضوعات روز مباحث تحقیقات بارار در قالب سوالات تحلیلی در هر جلسه و پاسخگویی دانشجویان به صورت فایل بارگذاری شده در سامانه و بحث در کلاس
- پرسش و پاسخ و رفع اشکال

اصول بازاریابی

بازاریابی چیست؟

What is Marketing?

- Process by which individuals and groups obtain what they **need** and **want** through creating and exchanging products and value with others.
- More simply: Marketing is the **delivery of customer satisfaction at a profit.**

Core Marketing Concepts



What Motivates a Consumer to Take Action?

- **Needs** - state of felt deprivation for basic items such as food and clothing and complex needs such as for belonging. i.e. I am thirsty
- **Wants** - form that a human need takes as shaped by culture and individual personality. i.e. I want a Coca-Cola.
- **Demands** - human wants backed by buying power. i.e. I have money to buy a Coca-Cola.

What Will Satisfy Consumer's Needs and Wants?

- **Products** - anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption and that might satisfy a need or want.
- **Examples:** persons, places, organizations, activities, and ideas.
- **Services** - activities or benefits offered for sale that are essentially intangible and don't result in the ownership of anything.
- **Examples:** banking, airlines, haircuts, and hotels.

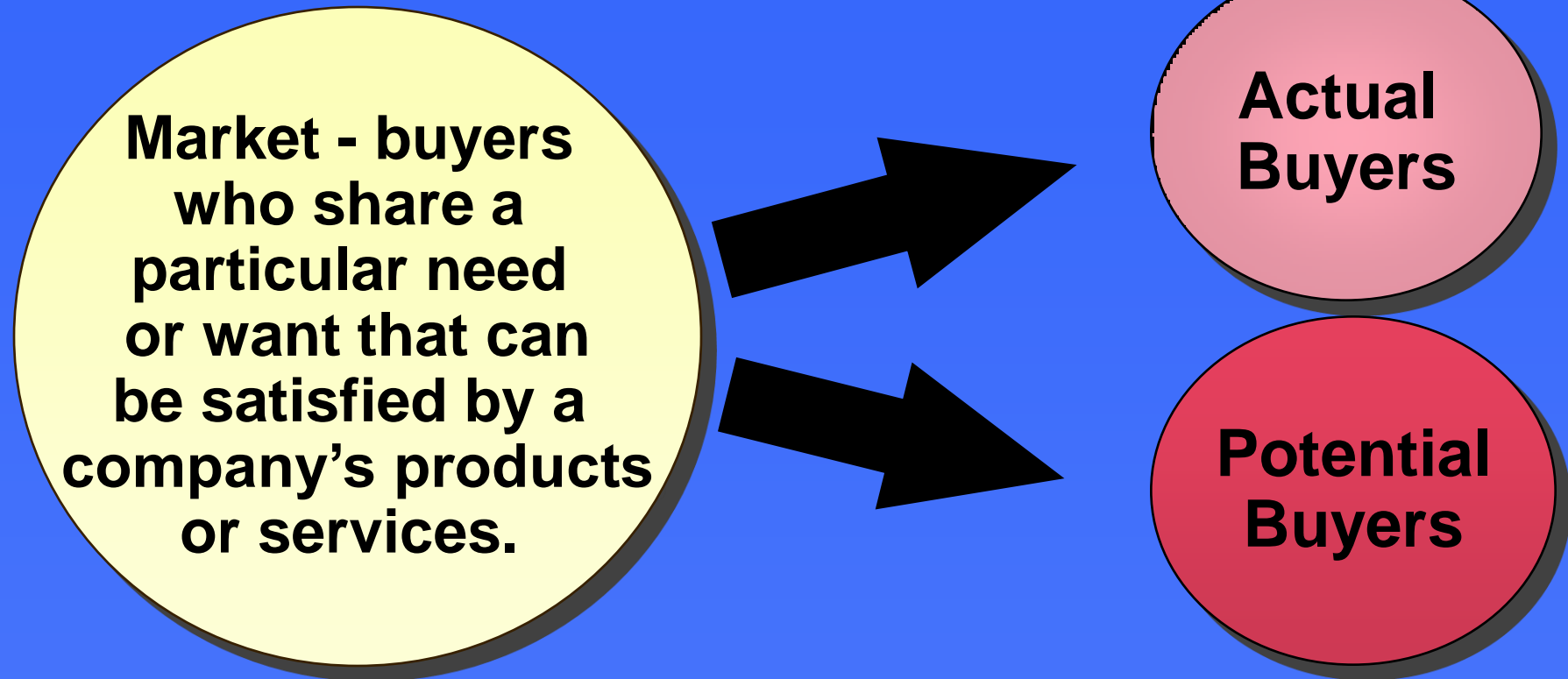
How Do Consumers Choose Choose Among Products and Services?

- **Customer Value** - benefit that the customer gains from owning and using a product compared to the cost of obtaining the product.
- **Customer Satisfaction** - depends on the product's perceived performance in delivering value relative to a buyer's expectations.

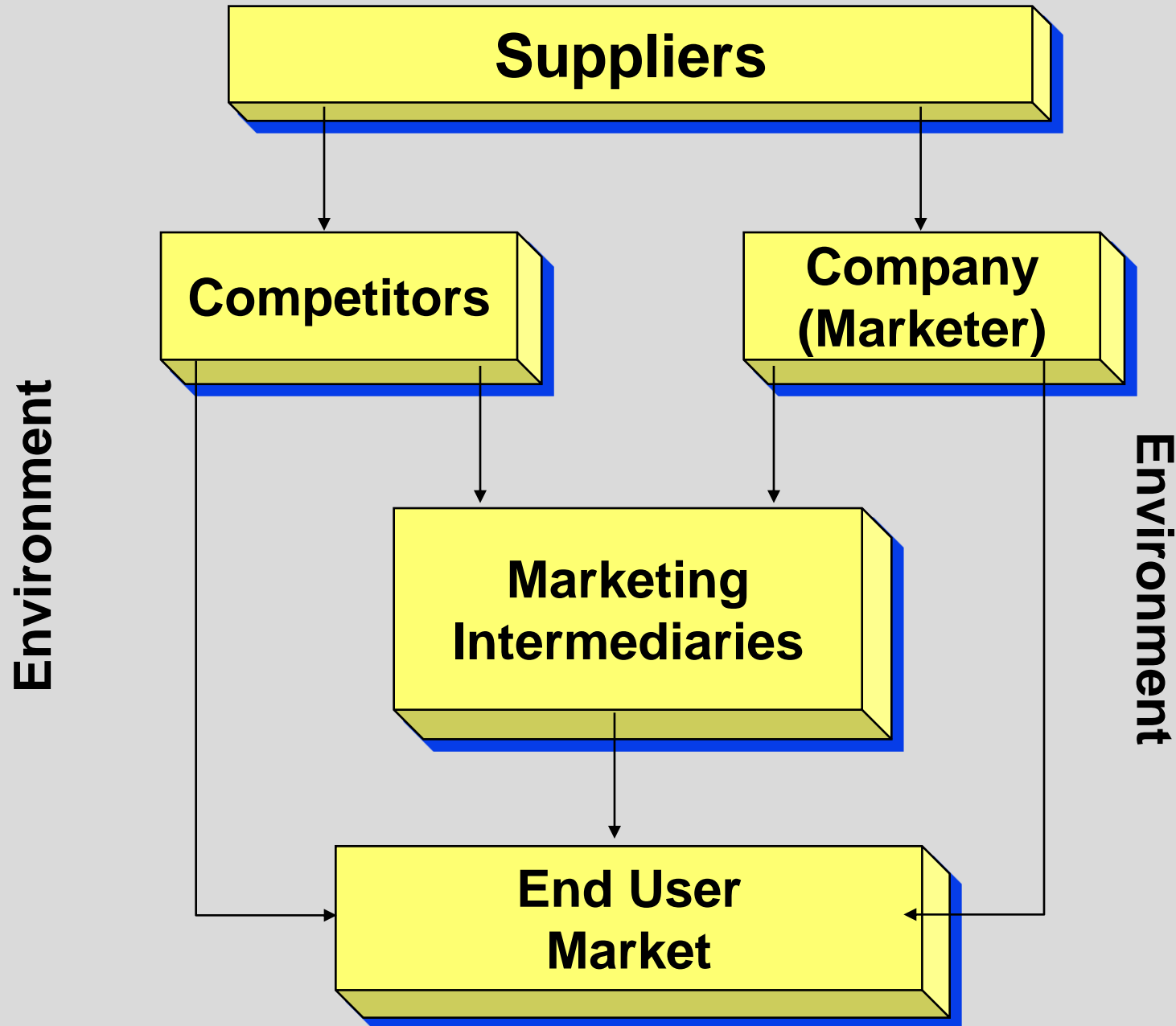
How do Consumers Obtain Products and Services?

- **Exchanges** - act of obtaining a desired object from someone by offering something in return.
- **Transactions** - trade of values between parties. Usually involves money and a response.
- **Relationships** - building long-term relationships with consumers, distributors, dealers, and suppliers.

Who Purchases Products and Services?



Modern Marketing System



Marketing Management

Implementing programs to create exchanges with target buyers to achieve organizational goals



Demand Management

Finding and increasing demand, also changing or reducing demand



Profitable Customer Relationships

Attracting new customers and retaining current customers

Marketing Management Philosophies

Production Concept

Product Concept

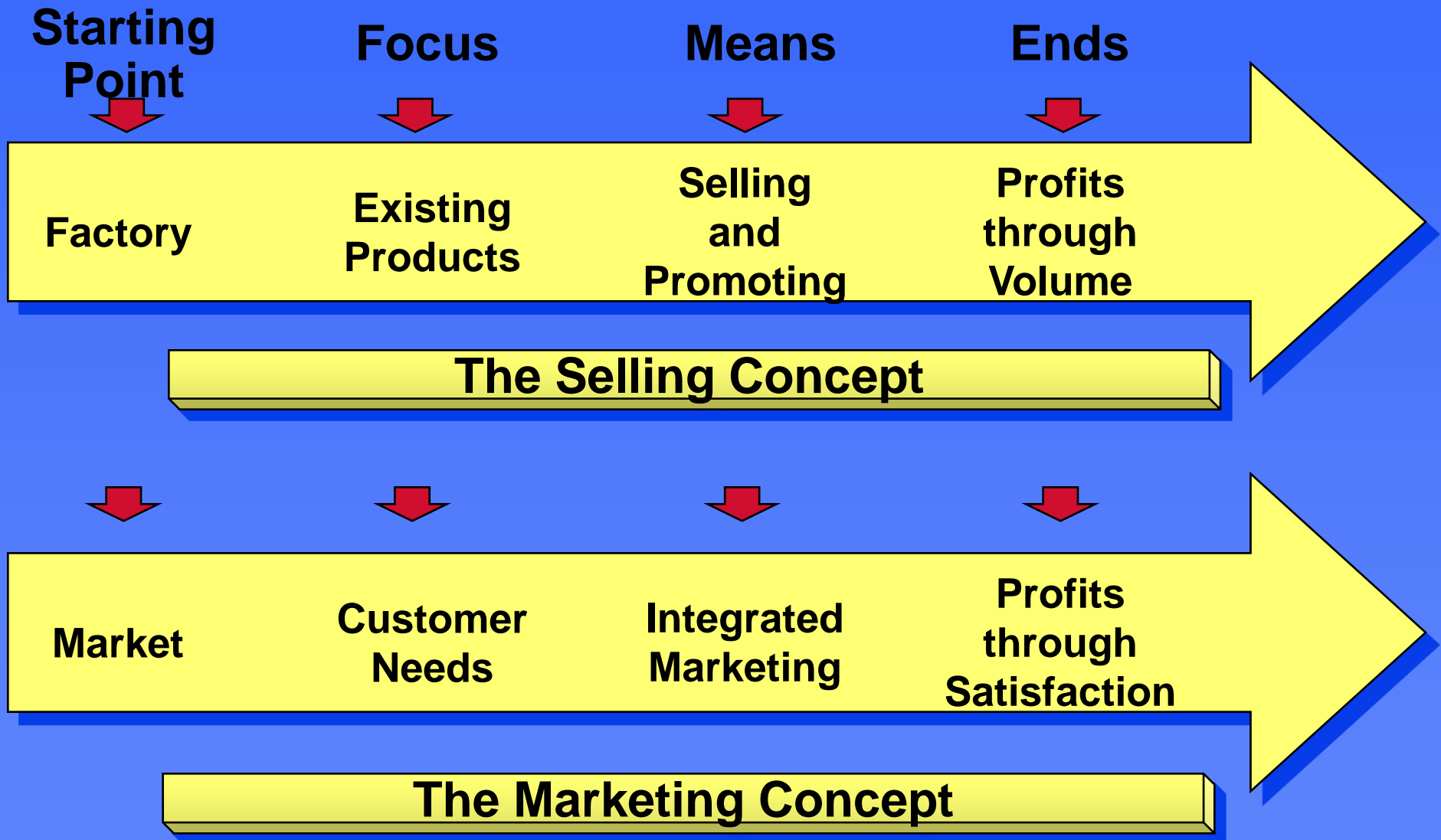
Selling Concept

Marketing Concept

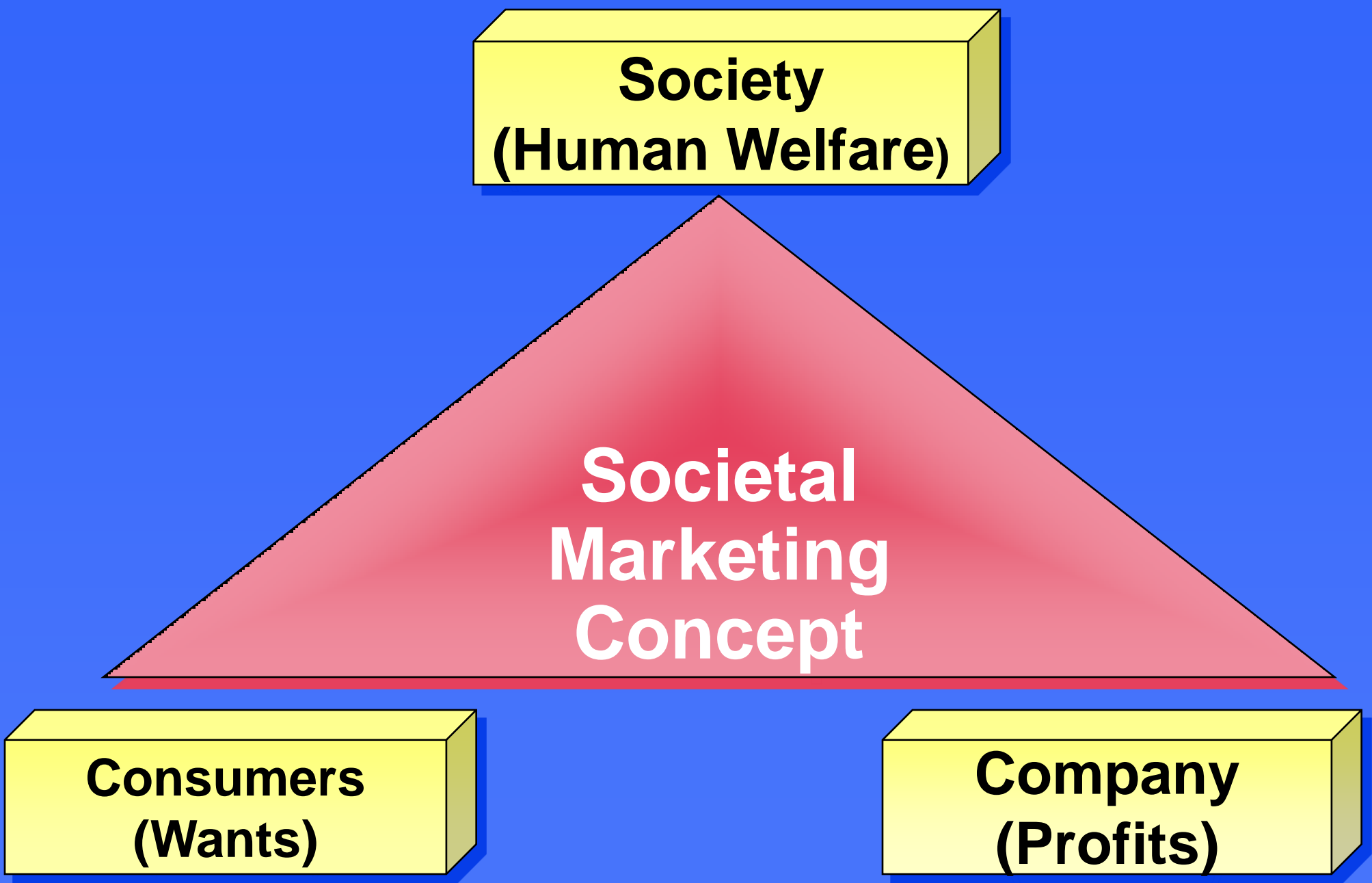
Societal Marketing Concept

- Consumers favor products that are available and highly affordable
- Improve production and distribution
- Consumers favor products that offer the most quality, performance, and innovative features
- Consumers will buy products only if the company promotes/ sells these product
- Focuses on needs/ wants of target markets & delivering satisfaction better than competitors
- Focuses on needs/ wants of target markets & delivering superior value
- Society's well-being

Marketing & Sales Concepts Contrasted



Societal Marketing Concept



New Marketing Challenges

