

طرح درس بازاریابی پیشرفته - مقطع کارشناسی ارشد - استاد: سعید مسعودی پور

انتظار می رود دانشجویان این درس پس از پایان دوره، یادگیری ها و مهارت های زیر در مورد آنها ایجاد شود:

- آشنایی با سیر تطور و تحول بازاریابی
- تسلط بر مفاهیم و ابزارهای کاربردی بازاریابی
- توانایی نگارش **business plan**
- آشنایی با مشکلات و ضعف های موجود در نظام بازاریابی کشور
- آشنایی با شاخه های جدید بازاریابی مانند بازاریابی اجتماعی، بازاریابی سیاسی، بازاریابی غیرانتفاعی و ...

سرفصل جلسات

۱. تعاریف جدید از بازاریابی / سیر تطور و تحول بازاریابی / نسل های بازاریابی (۱)
۲. تعاریف جدید از بازاریابی / سیر تطور و تحول بازاریابی / نسل های بازاریابی (۲)
۳. سیستم های اطلاعات بازاریابی و تحقیقات بازاریابی (۱)
۴. سیستم های اطلاعات بازاریابی و تحقیقات بازاریابی (۲)
۵. مباحث پیشرفته در بخش بندی بازار
۶. مباحث پیشرفته در هدف گیری و موقعیت دهی در بازار
۷. آمیخته بازاریابی پیشرفته (مدیریت محصول)
۸. آمیخته بازاریابی پیشرفته (قیمت گذاری)
۹. آمیخته بازاریابی پیشرفته (مدیریت توزیع)
۱۰. آمیخته بازاریابی پیشرفته (تبلیغات) - ارتباطات یکپارچه بازاریابی
۱۱. وفاداری و رضایت مشتری و مدیریت ارتباط با مشتری
۱۲. بازاریابی اینترنتی و بازاریابی رسانه های اجتماعی
۱۳. آشنایی با نحوه نگارش طرح کسب و کار
۱۴. مباحث نوین در بازاریابی (بازاریابی غیرانتفاعی، بازاریابی سیاسی، بازاریابی اجتماعی و ...)
۱۵. ارائه کلاسی دانشجویان (۱)
۱۶. ارائه کلاسی دانشجویان (۲)

منابع:

- principle of marketing- calvo porral(2017)
- بازاریابی رویکردهای نوین - سالار زهی و تشکریان
- بازاریابشناسی پیشرفته - کفاش پور
- مقالات علمی ارائه شده در کلاس به تناسب موضوع

نحوه ارزشیابی:

- نمره امتحان: ۱۰ نمره
- نمره نگارش طرح کسب و کار: ۶ نمره
- نمره ارائه کلاسی: ۱ نمره
- نمره تکالیف: ۳ نمره