

به نام خدا
طرح درس رفتار مصرف کننده

عنوان درس: رفتار مصرف کننده

مقطع: کارشناسی ارشد

مدرس: دکتر شهناز نایب زاده عضو هیات علمی و مدیر گروه دکتری مدیریت بازرگانی

ایمیل: snayebzadeh@gmail.com

وبلاگ: <http://snayebzade.blog.ir>

هفته	تاریخ	موضوع	توضیحات
۱	۹۷/۱۱/۱۸	معرفی مفهوم رفتار مصرف کننده	
۲	۹۷/۱۱/۲۵	تقسیم بازار	
۳	۹۷/۱۲/۲	انگیزش مصرف کننده	
۴	۹۷/۱۲/۹	شخصیت	
۵	۹۷/۱۲/۱۶	ادراک	
۶	۹۷/۱۲/۲۳	یادگیری	
۷	۹۸/۱/۲۲	میان ترم اول کلاسی	۴ نمره
۸	۹۸/۱/۲۹	نگرش	
۹	۹۸/۲/۵	ارتباطات	
۱۰	۹۸/۲/۱۲	گروهها	
۱۱	۹۸/۲/۱۹	طبقه اجتماعی	
۱۲	۹۸/۲/۲۶	میان ترم دوم کلاسی	۳ نمره
۱۳	۹۸/۳/۲	فرهنگ	
۱۴	۹۸/۳/۹	نوآوری	
۱۵	۹۸/۳/۱۶	تصمیم گیری	
۱۶	۹۸/۳/۲۳	ارائه گزارش کار تحقیقاتی	۲ نمره

از آنجایی که مباحث امتحانات میان ترم حذف می گردد عدم حضور دانشجو به هر دلیل منجر به از دست دادن فرصت اخذ نمره شده و امکان جبران وجود ندارد

منبع درسی: رفتار مصرف کننده- لئون شیفمن و لزی کانوک- دکتر مسعود کرمی و شهرزاد پوریان -انتشارات کتاب
مهربان

فعالیت جنبی در کلاس: نقد و بررسی مباحث مطرح شده در کتابهای مرتبط با مباحث درسی از جمله:

- فیلیپ کاتلر به سوالات تخصصی شما پاسخ میدهد- فیلیپ کاتلر- کامبیز حیدرزاده- انتشارات حکیم باشی
- ۲۲ قانون ابدی بازاریابی- ال رایز و جک تروت- محمود حمیدخانی -انتشارات سیته
- جایگاه سازی نبردی در ذهن- ال رایس و جک تروت-ترانه قطب- انتشارات سیته
- چکش بصری-لورا رایس- شاهین ترکمن و آتنا مقدم- انتشارات سیته
- ۲۲۲۲ قانون تغییرناپذیر برند- ال ریس و لورا ریس- منیژه شیخ جوادی - انتشارات سیته

فعالیت تحقیقاتی دانشجو:

انتخاب یک موضوع توسط دانشجو و به تایید رساندن آن در حداکثر هفته سوم

تهیه مقاله پایه انگلیسی چاپ جدید قابل استفاده در پایان نامه

در انجام این فعالیت تحقیقاتی باید مقدمات تهیه پروپوزال فراهم گردد

ارزیابی در پایان ترم بر اساس:

مشارکت در کلاس و بحث های کلاسی (الزامی است)

فعالیت تحقیقاتی ۲ نمره

آزمون میان ترم ۷ نمره

آزمون پایان ترم ۱۱ نمره