

به نام خدا

طرح درس رفتار مصرف کننده پیشرفته

عنوان درس: رفتار مصرف کننده پیشرفته

مقطع: دکتری

مدرس: دکتر شهناز نایب زاده عضو هیات علمی و مدیر گروه ارشد و دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد

یزد

ایمیل: snayebzadeh@gmail.com

وبلاگ: <http://snayebzade.blog.ir>

انتظار می رود دانشجو نسبت به مطالب کتابهای زیر اشراف داشته باشد:

- ۱- رفتار مصرف کننده- موون و مینور- دکتر کامبیز حیدرزاده- انتشارات دانشگاه آزاد قزوین
- ۲- رفتار مصرف کننده- لئون شیفمن و لزی کانوک- دکتر مسعود کرمی و شهرزاد پوریان - انتشارات کتاب مهربان
- ۳- رفتار مصرف کننده- مایکل آر سولومون- دکتر کامبیز حیدرزاده- انتشارات بازاریابی

هفته	تاریخ	موضوع	کتاب و منبع مورد استفاده
۱	۱۳۹۵/۱۱/۱۴	مروری بر مفاهیم پایه رفتار مصرف کننده	
۲	۱۳۹۵/۱۱/۲۱	دنیای ذهن مصرف کننده	جایگاه سازی نبردی در ذهن- ال رایس و جک تروت- ترانه قطب- انتشارات سیته
۳	۱۳۹۵/۱۱/۲۸	ورود به ذهن مصرف کننده	چکش بصری- لورا رایس- شاهین ترکمن و آتنا مقدم- انتشارات سیته
۴	۱۳۹۵/۱۲/۵	میان ترم اول کلاسی	۲ نمره
۵	۱۳۹۵/۱۲/۱۲	تعطیل رسمی	-
۶	۱۳۹۵/۱۲/۱۹	باقی ماندن در ذهن مصرف کننده و رقیب	بازسازی جایگاه برند- جک تروت و استیو ریوکین- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیته
۷	۱۳۹۵/۱۲/۲۶	موفقیت مدیران یا بازاریابان؟	نبرد در اتاق فرمان- ال رایس و لورا رایس- آتنا مقدم و سامان شاهین پور- انتشارات سیته
۸	۱۳۹۶/۱/۱۷	میان ترم دوم کلاسی	۳ نمره
۹	۱۳۹۶/۱/۲۴	مصرف کننده و رسانه ها بخش الف	روانشناسی تبلیغات تجاری- ماکس ساترلند- سینا قربانلو- انتشارات مبلغان
۱۰	۱۳۹۶/۱/۳۱	مصرف کننده و رسانه ها بخش ب	روانشناسی تبلیغات تجاری- ماکس ساترلند-

سینا قربانلو- انتشارات مبلغان			
۳ نمره	میان ترم سوم کلاسی	۱۳۹۶/۲/۷	۱۱
تبلیغاتی که ما می شناسیم به آخر خط رسیده است- سرجیو زیمن- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیته	مصرف کننده و ارتباطات بازاریابی	۱۳۹۶/۲/۱۴	۱۲
۲۲ قانون برای تشبیت نام تجاری کالا- ال رایس و لورا رایس- منیژه بهزاد- انتشارات سیته	مصرف کننده و نام و نشان های تجاری	۱۳۹۶/۲/۲۱	۱۳
بازار، راه رشد شما- فیلیپ کاتلر و میلتن کاتلر- احمد روستا و علی صالحی- انتشارات سیته	بازاریاب در رکود اقتصادی	۱۳۹۶/۲/۲۸	۱۴
تئوری انتخاب- ویلیام گلاسر- علی صاحبی انتشارات سایه سخن	شما به عنوان مصرف کننده	۱۳۹۶/۳/۴	۱۵
	ارائه گزارش کار تحقیقاتی	۱۳۹۶/۳/۱۱	۱۶

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

فعالیت تحقیقاتی دانشجو:

انتخاب یک موضوع توسط دانشجو و به تایید رساندن آن در حداکثر پایان بهمن ماه تهیه پیشنهادیه مقاله (شامل مدل مفهومی و فرضیات و جامعه آماری منتخب و پرسشنامه) در حداکثر ۵ صفحه و ارائه آن در تاریخ ۱۳۹۵/۱۲/۲۶ در انجام این فعالیت باید از حداقل ۳۰ مقاله جدید و معتبر فارسی و انگلیسی، استفاده شود خروجی مورد انتظار یک مقاله قابل پذیرش در مجلات علمی داخلی است

ارزیابی در پایان ترم بر اساس:

مشارکت در کلاس و بحث های کلاسی (الزامی است)

فعالیت تحقیقاتی ۴ نمره

آزمون میان ترم ۷ نمره

آزمون پایان ترم ۹ نمره