

بسمه تعالی

طرح درس: مدیریت تبلیغات و برند

سعید مسعودی پور

سرفصل ها

- تاریخچه تبلیغات
- آشنایی با مدل های تبلیغات
- تکنیک های اجرایی تبلیغات
- رسانه و تبلیغات
- روان شناسی و تبلیغات
- تبلیغات تجاری اسلامی
- آشنایی با برند
- سطوح برند
- مفاهیم مضاف در برند
- مدل ها و الگوهای مدیریت برند
- برندسازی در سطح ملی
- برندسازی اسلامی

شیوه ارزیابی کلاس:

- ❖ تحقیق و فعالیت های کلاسی (۴ نمره)
- ❖ آزمون میان ترم (۷ نمره)
- ❖ آزمون پایان ترم (۹ نمره)

منابع:

- مدیریت تبلیغات - محمود محمدیان - نشر سپند مینو

- تبلیغات (از تئوری تا عمل) - سید حمید خداداد حسینی، احمد روستا و وهاب خلیلی شجاعی - انتشارات حروفیه

- روان شناسی تبلیغات - ترجمه محسن شاهین پور و سمیه اولی - انتشارات سوره

- تبلیغات تجاری اسلامی - سعید مسعودی پور - انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)

- مدیریت راهبردی برند - ترجمه احمد روستا - سازمان مدیریت صنعتی

- مدیریت استراتژیک برند - ترجمه کامبیز حیدرزاده و کمال قلندری - انتشارات اشراقی

- روش تحقیق در مدیریت تبلیغات و برند - ترجمه کامبیز حیدرزاده و مهدی بنی اسدی - نشر علم

- Kevin Lane Keller, 2019, Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition, Pearson
- George Belch, Michael Belch, 2021, Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, McGraw-Hill
- Richard Rosenbaum-Elliott, Larry Percy, Simon Pervan, 2018, Strategic Brand Management, Oxford University Press