
اهداف درس:

- آشنایی با بازاریابی صنعتی و تفاوت های آن با بازاریابی مصرفی
- ویژگی های خاص بازاریابی صنعتی
- بخش بندی و بازار گزینی و موقعیت دهی در بازاریابی صنعتی
- طراحی آمیخته بازاریابی در بازاریابی صنعتی
- آشنایی با استراتژی های بازاریابی صنعتی
- آشنایی با بازاریابی خدمات و تفاوت آن با بازاریابی کالا
- طراحی آمیخته بازاریابی در بازاریابی خدمات
- تحولات پیشرو در بازاریابی خدمات در ایران و جهان

توجه: هشت جلسه اول به بحث بازاریابی صنعتی و هشت جلسه دوم به بحث بازاریابی خدمات اختصاص می یابد.

سرفصل های اصلی:

۱. تعریف و چستی بازاریابی صنعتی و تفاوت آن با بازاریابی مصرفی
۲. ویژگی بازار در بازاریابی صنعتی
۳. STP در بازاریابی صنعتی
۴. آمیخته بازاریابی صنعتی
۵. طراحی محصول در بازاریابی صنعتی
۶. کانال های توزیع در بازاریابی صنعتی
۷. قیمت گذاری در بازاریابی صنعتی
۸. تبلیغات و ترویج در بازاریابی صنعتی
۹. استراتژی های بازاریابی صنعتی
۱۰. چستی بازاریابی خدمات و تفاوت آن با بازاریابی کالا
۱۱. استراتژی های بازاریابی خدمات
۱۲. آمیخته بازاریابی خدمات
۱۳. طراحی محصول در بازاریابی خدمات
۱۴. کانال های توزیع در بازاریابی خدمات
۱۵. قیمت گذاری در بازاریابی خدمات
۱۶. تبلیغات و ترویج در بازاریابی خدمات

نحوه ارزشیابی و سهم هر کدام از موارد مطرح شده در توضیحات در نمره نهایی :

آزمون میانی: ۸ نمره

آزمون پایانی: ۱۱ نمره

حضور کلاسی و ارائه کلاسی: ۲ نمره

منابع اصلی:

- بازاریابی صنعتی - عبدالوند و نیکومرام
- بازاریابی صنعتی (بازاریابی کالا و خدمات) - نورمن هارت ترجمه گوهریان و کرمانی
- اصول بازاریابی و خدمات (کریستوفر لاولاک ، لارن رایت) - ترجمه تاجزاده نمین

مسیر ارتباطی: پیام رسان ایتا @masoodipoor و رایانامه: s.masoodipoor12@gmail.com