

به نام خدا

طرح درس رفتار مصرف کننده پیشرفته

عنوان درس: رفتار مصرف کننده پیشرفته

مقطع: دکتری

مدرس: دکتر شهناز نایب زاده عضو هیات دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد

ایمیل: snayebzadeh@gmail.com

وبلاگ: <http://snayebzade.blog.ir>

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

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

جلسه	موضوع	کتاب و منبع مورد استفاده
۱	اصول و مبانی بازاریابی و رفتار مصرف کننده	فیلیپ کاتلر به سوالات تخصصی شما پاسخ میدهد- فیلیپ کاتلر- کامبیز حیدرزاده- انتشارات حکیم باشی
۲	اصول و مبانی بازاریابی و رفتار مصرف کننده	ده اشتباه نابخشودنی در بازاریابی- فیلیپ کاتلر- کامبیز حیدرزاده - کساکاش
۳	دنیای ذهن مصرف کننده	جایگاه سازی نبردی در ذهن- ال رایس و جک تروت- ترانه قطب- انتشارات سیتة
۴	ورود به ذهن مصرف کننده	چکش بصری- لورا رایس- شاهین ترکمن و آتنا مقدم- انتشارات سیتة
۵	کنکاش در ذهن مصرف کننده	۲۲ قانون تغییرناپذیر برند- ال رایس و لورا رایس- منیژه شیخ جوادی - انتشارات سیتة
۶	باقی ماندن در ذهن مصرف کننده و رقیب	بازسازی جایگاه برند- جک تروت و استیو ریوکین- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیتة
۷	موفقیت مدیران یا بازاریابان؟ بخش الف	نبرد در اتاق فرمان- ال رایس و لورا رایس- آتنا مقدم و سامان شاهین پور- انتشارات سیتة
۸	موفقیت مدیران یا بازاریابان؟ بخش ب	لغزش برند- مارتی نیومایر- احمد روستا و کبری

سبز علی یمقانی- انتشارات سیته		
جنگ بازاریابی- ال رایس و جک تروت- انتشارات سیته	باقی ماندن در ذهن مصرف کننده	۹
روانشناسی تبلیغات تجاری- ماکس ساترلند- سینا قربانلو- انتشارات مبلغان	مصرف کننده و رسانه ها	۱۰
رفتار بصری مصرف کننده- میچل وید و ریک پیترز- داود ساده- انتشارات بازاریابی	مصرف کننده و رسانه ها	۱۱
انتخاب ناخودآگاه- داگلاس ون پرافت- یزدان شیرمحمدی- انتشارات مهکامه	رفتارشناختی مصرف کننده بخش الف	۱۲
	رفتارشناختی مصرف کننده بخش ب	۱۳
اعتراف‌های یک تبلیغاتی- دیوید اگیلوی- رویا گذشتی- انتشارات سیته سلطان خیابان مدیسون- کنت رومن- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیته	مصرف کننده و ارتباطات بازاریابی بخش الف	۱۴
تبلیغاتی که ما می شناسیم به آخر خط رسیده است- سرجیو زیمن- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیته سقوط تبلیغات و ظهور روابط عمومی- ال ریس و لورا ریس- انتشارات سیته	مصرف کننده و ارتباطات بازاریابی بخش ب	۱۵

فعالیت تحقیقاتی دانشجوی: -

ارزیابی در پایان ترم بر اساس:

مشارکت در کلاس و بحث های کلاسی (الزامی است)

آزمون میان ترم ۵ نمره

آزمون پایان ترم ۱۵ نمره