

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](mailto:snayebzadeh@gmail.com)

وبلاگ: <http://snayebzade.blog.ir>

انتظار می رود دانشجوی 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	۱۳۹۵/۶/۳۱	مروری بر مفاهیم پایه رفتار مصرف کننده	
۲	۱۳۹۵/۷/۷	دنیای ذهن مصرف کننده	جایگاه سازی نبردی در ذهن- ال رایس و جک تروت- ترانه قطب- انتشارات سیته
۳	۱۳۹۵/۷/۱۴	ورود به ذهن مصرف کننده	چکش بصری- لورا رایس- شاهین ترکمن و آتنا مقدم- انتشارات سیته
۴	۱۳۹۵/۷/۲۱	تعطیل رسمی	-
۵	۱۳۹۵/۷/۲۸	میان ترم اول کلاسی	۳ نمره
۶	۱۳۹۵/۸/۵	باقی ماندن در ذهن مصرف کننده	جنگ بازاریابی- ال رایس و جک تروت- انتشارات سیته
۷	۱۳۹۵/۸/۱۲	حفظ جایگاه در ذهن مصرف کننده و رقیب	بازسازی جایگاه برند- جک تروت و استیو ریو کین- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیته
۸	۱۳۹۵/۸/۱۹	میان ترم دوم کلاسی	۳ نمره
۹	۱۳۹۵/۸/۲۶	مصرف کننده و رسانه ها	روانشناسی تبلیغات تجاری- ماکس ساترلند- سینا قربانلو- انتشارات مبلغان
۱۰	۱۳۹۵/۹/۳	مصرف کننده و رسانه ها	روانشناسی تبلیغات تجاری- ماکس ساترلند-

سینا قربانلو- انتشارات مبلغان			
	تعطیل رسمی	۱۳۹۵/۹/۱۰	۱۱
تبلیغاتی که ما می شناسیم به آخر خط رسیده است- سرجیو زیمن- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیته	مصرف کننده و رسانه ها	۱۳۹۵/۹/۱۷	۱۲
۳ نمره	میان ترم سوم کلاسی	۱۳۹۵/۹/۲۴	۱۳
۲۲ قانون برای تثبیت نام تجاری کالا- ال رایس و لورا رایس- منیژه بهزاد- انتشارات سیته	مصرف کننده و نام و نشان های تجاری	۱۳۹۵/۱۰/۱	۱۴
نبرد در اتاق فرمان- ال رایس و لورا رایس- انتشارات سیته	مصرف کننده از نگاه مدیر عامل و مدیر بازاریابی	۱۳۹۵/۱۰/۸	۱۵
۳ نمره	ارائه گزارش کار تحقیقاتی	۱۳۹۵/۱۰/۱۵	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 مهرماه تهیه پیشنهادیه مقاله (شامل مدل مفهومی و فرضیات و جامعه آماری منتخب و پرسشنامه) در حداکثر ۵ صفحه و ارائه آن در تاریخ ۱۳۹۵/۹/۳ در انجام این فعالیت باید از حداقل ۳۰ مقاله جدید و معتبر فارسی و انگلیسی، استفاده شود.

#### ارزیابی در پایان ترم بر اساس:

مشارکت در کلاس و بحث های کلاسی (الزامی است)

فعالیت تحقیقاتی کلاسی ۳ نمره

آزمون میان ترم ۹ نمره

آزمون پایان ترم ۸ نمره