

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 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

هفته	تاریخ	موضوع	کتاب و منبع مورد استفاده
۱	۹۷/۱۱/۱۸	مروری بر مفاهیم پایه رفتار مصرف کننده	سه کتاب فوق
۲	۹۷/۱۱/۲۵	اصول و مبانی بازاریابی و رفتار مصرف کننده	فیلیپ کاتلر به سوالات تخصصی شما پاسخ میدهد- فیلیپ کاتلر- کامبیز حیدرزاده- انتشارات حکیم باشی
۳	۹۷/۱۲/۲	اصول و مبانی بازاریابی و رفتار مصرف کننده	ده اشتباه نابخشودنی در بازاریابی- فیلیپ کاتلر- کامبیز حیدرزاده - کساکاش
۴	۹۷/۱۲/۹	دنیای ذهن مصرف کننده	جایگاه سازی نبردی در ذهن- ال رایس و جک تروت- ترانه قطب- انتشارات سیته
۵	۹۷/۱۲/۱۶	ورود به ذهن مصرف کننده	چکش بصری- لورا رایس- شاهین ترکمن و آتنا مقدم- انتشارات سیته
۶	۹۷/۱۲/۲۳	مرور مفاهیم پیش گفته	
۷	۹۸/۱/۲۲	کنکاش در ذهن مصرف کننده	۲۲ قانون تغییرناپذیر برند- ال رایس و لورا رایس- منیژه شیخ جوادی - انتشارات سیته
۸	۹۸/۱/۲۹	باقی ماندن در ذهن مصرف کننده و رقیب	بازسازی جایگاه برند- جک تروت و استیو ریو کین- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیته

۹	۹۸/۲/۵	موفقیت مدیران یا بازاریابان؟ بخش الف نبرد در اتاق فرمان- ال ریس و لورا ریس- آتنا مقدم و سامان شاهین پور- انتشارات سیته
۱۰	۹۸/۲/۱۲	موفقیت مدیران یا بازاریابان؟ بخش ب لغزش برند- مارتی نیومایر- احمد روستا و کبری سبزعلی یمقانی- انتشارات سیته
۱۱	۹۸/۲/۱۹	باقی ماندن در ذهن مصرف کننده جنگ بازاریابی- ال ریس و جک تروت- انتشارات سیته
۱۲	۹۸/۲/۲۶	مصرف کننده و رسانه ها روانشناسی تبلیغات تجاری- ماکس ساترلند- سینا قربانلو- انتشارات مبلغان
۱۳	۹۸/۳/۲	مصرف کننده و رسانه ها رفتار بصری مصرف کننده- میچل وید و ریک پیترز- داود ساده- انتشارات بازاریابی
۱۴	۹۸/۳/۹	مصرف کننده و ارتباطات بازاریابی بخش الف اعتراف های یک تبلیغاتی- دیوید اگیلوی- رویا گذشتی- انتشارات سیته سلطان خیابان مدیسون- کنت رومن- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیته
۱۵	۹۸/۳/۱۶	مصرف کننده و ارتباطات بازاریابی بخش ب تبلیغاتی که ما می شناسیم به آخر خط رسیده است- سر جیو زیمن- منیژه شیخ جوادی- انتشارات سیته سقوط تبلیغات و ظهور روابط عمومی- ال ریس و لورا ریس- انتشارات سیته
۱۶	۹۸/۳/۲۳	بازاریاب در رکود اقتصادی بازار، راه رشد شما- فیلیپ کاتلر و میلتن کاتلر- احمد روستا و علی صالحی- انتشارات سیته

فعالیت تحقیقاتی دانشجو:

انتخاب یک موضوع توسط دانشجو و به تایید رساندن آن در حداکثر پایان اسفند ماه
تهیه پیشنهادیه مقاله (شامل موضوع و پیشینه نظری و پیشینه تجربی) در حداکثر ۵ صفحه و ارائه آن در تاریخ
۹۸/۱/۲۲

در انجام این فعالیت باید روش **systematic review**، 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