

بنام خدا

« فرم طرح درس »

دانشکده: مدیریت و اقتصاد رشته: مدیریت صنایع مبلمان و دکوراسیون گرایش: - مقطع: کارشناسی  
نام درس: بازاریابی بین المللی تعداد واحد نظری: ۳ تعداد واحد عملی: ۰  
عنوان درس پیشنهادی: - نام مدرس: سید نوید نوربخش تمام وقت □ نیمه وقت □ مدعو □ حق التدریس □  
محل برگزاری: کلاس □ آزمایشگاه □

هدف کلی درس: کسب دانش در بازاریابی بین المللی به منظور پیشنهاد راه حل هایی برای افزایش صادرات کالاهای غیر نفتی که در حال حاضر درصد کمی از کل صادرات را تشکیل می دهد و صدور مطلوب تر فرآورده های نفتی تا حد مورد نیاز جامعه کنونی کشور.

رئوس مطالب	
مقدمه	هفته اول
آشنایی با مفاهیم پایه در بازاریابی	هفته دوم
آشنایی با مفاهیم بازاریابی بین المللی	هفته سوم
محیط بازاریابی بین المللی (تجارت بین الملل)	هفته چهارم
محیط بازاریابی بین المللی (محیط اجتماعی و فرهنگی)	هفته پنجم
محیط بازاریابی بین المللی (محیط سیاسی و قانونی)	هفته ششم
آشنایی با مبانی پژوهش بازاریابی بین المللی	هفته هفتم
انواع پژوهش های بازاریابی بین المللی	هفته هشتم
بخش بندی، هدف گذاری و جایگاه یابی	هفته نهم
استراتژی های ورود به بازارهای بین المللی	هفته دهم
آمیخته ی بازاریابی بین المللی (محصول)	هفته یازدهم
برندسازی در بازاریابی بین المللی	هفته دوازدهم
آمیخته ی بازاریابی بین المللی (قیمت گذاری)	هفته سیزدهم
آمیخته ی بازاریابی بین المللی (کانال های توزیع)	هفته چهاردهم
آمیخته ی بازاریابی بین المللی (ارتباطات بازاریابی)	هفته پانزدهم
جمع بندی مطالب	هفته شانزدهم

توجه: در صورت تغییر مباحث و نحوه تدریس درس در هر نیمسال لازم است فرم مربوطه مجددا توسط استاد محترم تکمیل و جهت به روز رسانی در اختیار آموزش دانشکده و سایت واحد قرار گیرد.

نحوه ارزشیابی فعالیت دانشجوی در طی دوره: ۶ نمره براساس آزمون های برگزار شده در طی ترم تحصیلی، ۱۴ نمره آزمون پایان ترم تحصیلی  
منابع مطالعاتی:

۱- بازاریابی بین المللی، نویسندگان: فیلیپ آر. کاتورا و جان ال. گراهام، مترجمان: دکتر هاشم نیکومرام و دکتر محمد علی عبدالوند، ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات؛

- ۲- بازاریابی جهانی، نویسندگان: وارن کیگان و میک سی گرین، مترجمان: دکتر عبدالحمید ابراهیمی و دکتر هرمز مهرانی، ناشر: دفتر پژوهشهای فرهنگی؛
- ۳- مدیریت بازاریابی بین المللی، نویسنده: دکتر حسن اسماعیل پور، ناشر: نگاه دانش؛
- ۴- استراتژی بازاریابی بین الملل، نویسندگان: دکتر سید محمد اعرابی و دکتر نبی الله دهقان، انتشارات مهکامه؛
- ۵- فایل پاورپوینت ارائه شده.