

طرح درس اصول بازاریابی و مدیریت بازار

(دکتر حق شناس کاشانی)

مطالب جلسه اول تا جلسه دوازدهم توسط اینجانب در کلاس تدریس و بحث می شود و در جلسات ۱۳ ؛ ۱۴ ؛ ۱۵ و ۱۶ دانشجویان تحقیق های خود را ارائه می دهند.

- **جلسه اول:** کلیات (بازاریابی چیست؟ بازار چیست؟ نیاز مشتری چیست؟ فرآیند تکامل بازاریابی – بازاریابی نوین)
- **جلسه دوم:** شرکت و راهبردهای بازاریابی (رسالت و اهداف شرکت؛ برنامه ریزی بازاریابی؛ مشارکت با سایر دوایر شرکت؛ مشارکت با دیگران؛ راهبردهای بازاریابی)
- **جلسه سوم:** محیط بازاریابی (محیط خرد و محیط کلان شرکت شامل تقسیم بندی آنها؛ محیط های تکنولوژیکی؛ جمعیت شناختی؛ فرهنگی؛ سیاسی؛ ...)
- **جلسه چهارم:** مدیریت اطلاعات بازاریابی (ارزیابی اطلاعات مورد نیاز بازاریابی و اهمیت آن – اصول کلی تحقیقات بازاریابی یعنی تعریف مشکل؛ توجه به اهداف؛ تهیه طرح تحقیق؛ گردآوری داده ها و اطلاعات؛ اطلاعات اولیه و ثانویه؛ تجزیه و تحلیل اطلاعات و تفسیر آنها)
- **جلسه پنجم:** کالا، خدمات و راهبردهای نام تجاری (سطوح مختلف کالا و خدمات؛ طبقه بندی کالاها و خدمات؛ ارزش نام تجاری؛ مدیریت نام تجاری؛ خدمات؛ ماهیت و ویژگی های خدمات؛ راهبردهای نام تجاری)
- **جلسه ششم:** قیمت گذاری کالاها و خدمات و انواع راهبردهای قیمت گذاری (قیمت گذاری نفوذی، غیر نفوذی؛ سطح بالا؛ خط محصول؛ سبد کالا؛ اجباری؛ اختیاری؛ سرهم؛ روانی؛ جغرافیایی؛ ...)
- **جلسه هفتم:** مدیریت شبکه های بازاریابی (زنجیره عرضه؛ ماهیت و اهمیت شبکه های بازاریابی؛ سطوح شبکه توزیع؛ تجزیه و تحلیل نیازهای مصرف کنندگان؛ تصمیمات طراحی شبکه توزیع؛ انتخاب اعضای شبکه)
- **جلسه هشتم:** خرده فروشی و عمده فروشی (خرده فروشی و انواع آن؛ تصمیمات بازاریابی خرده فروشی؛ عمده فروشی و انواع آن؛ تصمیمات بازاریابی عمده فروشی)
- **جلسه نهم:** مدیریت ارتباط با مشتری CRM شامل تعریف؛ اهداف؛ عوامل موفقیت؛ مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری ECRM شامل تعریف؛ اهداف؛ عوامل موفقیت؛ ارتباطات یکپارچه بازاریابی IMC؛ ارکان؛ خصوصیات و فرآیند مراحل آنها
- **جلسه دهم:** تبلیغات و روابط عمومی (اهداف تبلیغات؛ بودجه تبلیغات؛ راهبردهای تبلیغات؛ اثر بخشی تبلیغات؛ روابط عمومی و نقش آن)
- **جلسه یازدهم:** بازاریابی مستقیم و برخط Online (تعریف و مزایای آن؛ انواع آن شامل: بازاریابی پستی؛ اینترنتی؛ تلویزیونی؛ کاتالوگی و....)
- **جلسه دوازدهم:** بازاریابی جهانی (تعریف؛ تفاوت آن با بازاریابی بین المللی؛ محیط های بازاریابی جهانی؛ عوامل تاثیر گذار بر آن؛ آمیخته بازاریابی جهانی؛ راه های ورود به بازارهای جهانی و...)
- **جلسه سیزدهم:** ارائه تحقیق دانشجویان و بحث
- **جلسه چهاردهم:** ارائه تحقیق دانشجویان و بحث
- **جلسه پانزدهم:** ارائه تحقیق دانشجویان و بحث
- **جلسه شانزدهم:** ارائه تحقیق دانشجویان و بحث