

بنام خدا

« فرم طرح درس »

دانشکده: مدیریت **رشته:** مدیریت بازرگانی **گرایش:** بازاریابی **مقطع:** کارشناسی ارشد

نام درس: مدیریت استراتژیک بازاریابی **تعداد واحد نظری:** ۳ **تعداد واحد عملی:** **عنوان درس پیشنهادی:**

نام مدرس: دکتر نادر محقق **تمام وقت** **نیمه وقت** **مدعو** **محل برگزاری:** کلاس آزمایشگاه

هدف کلی درس: آشنایی با عناصر موثر در ارائه موفق یک محصول، روش های رسیدن به اهداف استراتژیک در بازاریابی، فرآیند نوین بازاریابی و مدیریت ارزش، رویکرد ساختاربندی شده برای تجزیه و تحلیل و حل مسائل کسب و کار

رئوس مطالب	
هفته اول	مقدمه بر بازاریابی استراتژیک
هفته دوم	استراتژی بازاریابی و برنامه ریزی
هفته سوم	هزینه های بازاریابی و تحلیل مالی
هفته چهارم	تحلیل محیطی و بازار، تحلیل مشتریان
هفته پنجم	شناسایی مشتریان هدف، بخشبندی و هدف گذاری
هفته ششم	ایجاد ارزش های مورد انتظار مشتری، مورد انتظار شرکت و ارزش از طریق همکاری
هفته هفتم	تحلیل رقابت و ایجاد مزیت رقابتی پایدار
هفته هشتم	استراتژی محصولات و خدمات، استراتژی قیمت گذاری، استراتژی مشوق ها
هفته نهم	استراتژی ارتباطی، استراتژی توزیع، مدیریت رشد
هفته دهم	استراتژی نیروی فروش، مدیریت مشتریان
هفته یازدهم	مدیریت محصولات جدید، مدیریت خط محصول
هفته دوازدهم	حل مساله بازاریابی
هفته سیزدهم	تدوین برنامه بازاریابی
هفته چهاردهم	موضوعات استراتژیک در بازاریابی
هفته پانزدهم	اجرا و کنترل استراتژیک بازاریابی
هفته شانزدهم	مقیاس های اساسی سنجش در بازاریابی

نوجه: 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 دانشجویان در طی دوره:

منابع مطالعاتی:

۱- مدیریت بازاریابی استراتژیک، اسدالله کردنابیج و محمد آقایی داغلیان

۲- مدیریت استراتژیک بازاریابی، الکساندر چرنوو