



دانشگاه سیستان و بلوچستان

دانشکده مدیریت و اقتصاد گروه کارآفرینی

طرح درس تحقیقات بازاریابی

نام و نام خانوادگی مدرس:

مهدی زیودار

آدرس پست الکترونیک مدرس:

mehdizivdar@entp.usb.ac.ir

گروه آموزشی: کارآفرینی

رشته تحصیلی: کارآفرینی

مقطع: کارشناسی

عنوان درس به طور کامل: تحقیقات بازاریابی (Marketing Researches)

□ کارآموزی

□ عملی

■ نظری

نوع درس:

تعداد واحد: ۲

مراحل ارزشیابی:

■ مرحله ای

■ تکوینی

نوع امتحان میان ترم:

■ شفاهی

■ تشریحی

□ چند گزینه ای

□ صحیح و غلط

نوع امتحان پایان ترم:

■ شفاهی

■ تشریحی

□ چند گزینه ای

□ صحیح و غلط

شرحی از درس:

تحقیقات بازاریابی شامل روش هایی است عینی و سیستماتیک به منظور توسعه و ایجاد (گردآوری، طبقه بندی و تجزیه و تحلیل) اطلاعات برای فرآیند تصمیم گیری مدیران بازاریابی (در حوزه کارآفرینی).

اهداف کلی درس:

- ۱- آشنایی با روش های مختلف پژوهش در بازاریابی کارآفرینانه
- ۲- بهره گیری از خروجی های پژوهش های بازاریابی کارآفرینانه در زمینه های ذیل:
 - الف- شناسایی فرصت ها و تهدیدهای بازاریابی کارآفرینانه
 - ب- ایجاد، بهبود و ارزیابی فعالیت های بازاریابی کارآفرینانه
 - ج- نظارت بر کارآیی فعالیت های بازاریابی کارآفرینانه
 - د- فهم بهتر فرآیند بازاریابی کارآفرینانه
 - ه- کمک به امر تصمیم گیری درست در حوزه بازاریابی کارآفرینانه

منابع اصلی تدریس درس:

- اسلایدهای درسی

- روستا، ا.، ونوس، د و ابراهیمی، ا. (۱۳۸۴). مدیریت بازاریابی. انتشارات سمت.
- کاتلر، ف. و آرمسترانگ، گ. (۱۴۰۰). اصول بازاریابی (جلد اول). ترجمه بمهن فروزنده. انتشارات آموخته.
- کاتلر، ف. و آرمسترانگ، گ. (۱۴۰۱). اصول بازاریابی (جلد دوم). ترجمه بمهن فروزنده. انتشارات آموخته.
- کاتلر، ف. (۱۳۸۳). دائرة المعارف بازاریابی از A تا Z. ترجمه عبدالحمید ابراهیمی و همکاران. انتشارات آن.
- سایر مقالات و کتب معتبر معرفی شده در طول نیمسال تحصیلی

زمان‌بندی، اهداف و موضوعات جلسات درسی

- مروری بر اصول و مبانی بازاریابی و مدیریت بازاریابی
- تبیین تحقیقات بازاریابی و اهمیت آن
- زمینه‌های استفاده از اطلاعات حاصله از تحقیقات بازاریابی
- چهار عنصر یا ویژگی تحقیقات بازاریابی
- معرفی اطلاعات و انواع آن
- فرایند پژوهش‌های بازاریابی
- مراحل تفصیلی یک تحقیق بازاریابی
- واکاوی چگونگی تعیین اهداف تحقیق

- معرفی و تشریح انواع اهداف پژوهش های بازاریابی
- معرفی و تشریح منابع گردآوری اطلاعات به منظور بهره گیری در پژوهش های بازاریابی
- معرفی و تشریح ابزارهای تحقیق
- تبیین چگونگی تدوین گزارش پژوهش بازاریابی
- بررسی هفت C رابط میان پژوهش گر و مدیر
- اشتباهات مربوط به تعریف مسأله
- معرفی و تشریح عمده ترین موارد استفاده از تحقیقات اکتشافی
- واکاوی چگونگی بهره برداری از پژوهش های اکتشافی بازاریابی
- معرفی و تشریح روش های انجام پژوهش های اکتشافی
- معرفی و تشریح انواع طرح های پژوهشی مورد استفاده در بازاریابی
- تبیین اقدامات لازم به منظور تعریف درست مسأله
- معرفی و تشریح روش های گردآوری اطلاعات در پژوهش های اکتشافی
- تبیین ده فرمان بازاریابی با تأکید بر پژوهش های بازار