

بسمه تعالی

طرح درس بازاریابی و مدیریت بازار مقطع: کارشناسی تعداد واحد: ۳

نیمسال دوم سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷

حامد آرامش، دکترای مدیریت بازرگانی گرایش کارافزینی

منابع درس

- ❖ قضایایی در بازاریابی و مدیریت بازار از دکتر داور ونوس انتشارات سمت
- ❖ بازاریابی بین الملل از دکتر محمد علی بابایی زکلیکی انتشارات سمت
- ❖ جکلین استون، افسون اینترنت، رموز موفقیت پیشگامان تجارت الکترونیک، ترجمه: آزیتا و آنیتا ذوالنور، انتشارات ارمغان نشر امروز، ۱۳۹۱
- ❖ مبانی مدیریت بازاریابی از فلیپ کاتلر
- ❖ Electronic commerce: A managerial perspective. Turban, Efraim, 2008.
- ❖ Electronic commerce: Business, Technology, society. Laudon, Kenneth C. 200



شیوه ارزیابی کلاس:

- ❖ فعالیت کلاسی و انجام و ارسال به موقع تمرینات و case study (۱۰ نمره)
- ❖ آزمون پایان ترم (۱۰ نمره)
- ❖ منبع آزمون پایان ترم مطالب ارائه شده در کلاس و تمرینها و مطالعات موردی انجام شده است.

❖ پایگاه های مطالعاتی:

1. Emerald
2. Elsevier
3. Ebsco
4. Magiran (پایگاه تخصصی نشریات کشور)

۶. وبسایتهای اطلاع رسانی و آموزشی انجمن ها و مراکز تخصصی مانند:

- ✓ انجمن بازاریابی آمریکا (AMA): www.marketingpower.com
- ✓ سازمان توسعه تجاری ایران (TPO): www.tpo.ir
- ✓ مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران: www.irandoc.ir

❖ مراجع مطالعاتی:

۱. کتب فارسی و انگلیسی
۲. مقاله فارسی و انگلیسی
۳. پایان نامه های ارشد و دکتری دانشکده های مدیریت دانشگاههای تهران، تربیت مدرس، علامه طباطبایی، شهید بهشتی، صنعتی شریف و دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات

❖ منابع تکمیلی درس:

۱. روستا، احمد (۱۳۸۳)، مدیریت بازاریابی، تهران، سمت.
 ۲. ونوسف داور و همکاران (۱۳۸۳) مدیریت بازاریابی، تهران، انتشارات سمت.
 ۳. شریعت، سید طاهر، رنجبران، رضا (۱۳۸۳) بازاریابان خبره، تهران، انتشارات رهنما.
 ۴. کاتلر، فیلیپ (۱۳۸۲) مدیریت بازاریابی، تهران، نشر فردا.
 ۵. رنجبران، حسین (۱۳۸۲) بازاریابی و مدیریت بازار، تهران، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
 ۶. محمودیان، محمود (۱۳۸۲) مدیریت تبلیغات از دید بازاریابی، تهران، انتشارات حروفیه.
 ۷. بلوریان، محمد (۱۳۸۰) بازاریابی و مدیریت بازار، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
8. Stuton.D. klein.I., zyman.s(2003), enterise markrtng management: the new science of marketing, John wiley & sons.
9. Ssand huse. R., (2000), marketing, barrons educational series.

سرفصل درس

جلسه اول	<ul style="list-style-type: none">• مفاهیم مدیریت بازار (دید داخلی سازمان)• انواع مختلف بازار و محیط بازاریابی (دید خارجی سازمان)
جلسه دوم	<ul style="list-style-type: none">• تقسیمات بازار و نیازهای مختلف خریدار
جلسه سوم	<ul style="list-style-type: none">• رفتار خریدار

• اندازه گیری کمی بازار و پیش بینی فروش	
• اهداف بازارگانی و سازمان بازاریابی	جلسه چهارم
• برنامه ریزی بازاریابی عمومی و بازاریابی بیمه مخصوص	جلسه پنجم
• نحوه تصمیم گیری در زمینه بازاریابی	جلسه ششم
• تحقیقات بازاریابی و آشنایی با روش های تجزیه و تحلیل	جلسه هفتم
• سیستم های بازاریابی و انواع مدل های بازاریابی	جلسه هشتم
• چگونگی ایجاد خلاقیت در مدیریت بازاریابی • بازاریابی الکترونیک	جلسه نهم
• بازارهای رقابتی • آشنایی با خوشه های صنعتی	جلسه دهم