

## طرح درس

مشخصات درس:

عنوان درس به فارسی	عنوان درس به انگلیسی	تعداد واحد	نوع واحد	تعداد ساعت
مدیریت تبلیغات و برند	Advertising and brand	2	اختصاصی - نظری	32
مقطع	رشته	تهیه کننده طرح درس	تاریخ	ایمیل مدرس
کارشناسی ارشد	مدیریت دولتی	دکتر محمد قاسمی	نیمسال دوم	m_ghasemi@mgmt.usb.ac.ir
آدرس تشکیل کلاس ها	زاهدان - دانشگاه سیستان و بلوچستان - دانشکده مدیریت و اقتصاد - گروه مدیریت دولتی و فناوری اطلاعات			

اهداف کلی درس:

- آشنایی دانشجویان با مدیریت تبلیغات و برند

اهداف رفتاری درس:

- برند چیست؟
- مدل های برند سازی
- تثبیت برند
- قوانین برند سازی
- تبلیغ
- ماهیت تبلیغ
- وظیفه تبلیغ
- صنعت تبلیغات
- رسانه ها و تصمیم گیری برای تبلیغ
- اخلاق در تبلیغ
- 

ارزشیابی درس:

- امتحان و ارزشیابی مستمر
- فعالیت های کلاسی و پژوهشی

منابع درس:

برند سازی در هفت گام، فرزاد مقدم، انتشارات سیته

22 قانون تغییر ناپذیر برند، ال ریس و لورا ریس، انتشارات سیته

استراتژی های تبلیغات اثر بخش، وینستون فلچر، ترجمه علی فروز فر، انتشارات مبلغات

اصول برند سازی در کسب و کارهای بزرگ، دنیزلی یون، ترجمه دکتر عباسعلی حاجی کریمی، سید رضا جلال زاده، بابک

عزیزیان، انتشارات ادیبان روز