



دانشگاه کردستان

## فرم طرح درس

### اطلاعات اولیه درس

عنوان درس	مقطع	نام مدرس	زمان بندی هفتگی	نوع درس	تعداد واحد درس
بازاریابی و مدیریت بازار	کارشناسی		سه شنبه ۱۱-۸	<input checked="" type="checkbox"/> اجباری <input type="checkbox"/> اختیاری	۳

### محدوده علمی درس

#### پیش نیازها

(۱) اقتصاد کلان

(۲) مبانی مدیریت

\*پیش نیازها لزومی ندارد حتماً دروس باشند؛ بلکه پیش دانسته‌ها یا ابزارها را هم می‌تواند شامل شود.

#### هم نیازها

ندارد

#### نرم افزار (مهارت‌های عملی) مورد استفاده در طول دوره

(۱) نرم افزار اکسل

(۲) مهارت مذاکره

#### روش آموزش

سخنرانی  پرسش و پاسخ  حل تمرین  کار عملی (آزمایشگاه یا کارگاه)  کار با نرم افزار

#### منابع درس

(۱) مقدمات بازاریابی: آرمسترانگ، کانلر و اوپرنیک: ۲۰۱۸- متن اصلی

(۲) اصول بازاریابی کانلر و آرمسترانگ ۲۰۱۴ به بعد ترجمه: فرقی ندارد.

اهداف درس

اهداف کلی

در پایان این درس، انتظار می‌رود شما:

- ۱) بتوانید بازاریابی را تعریف کنید.
- ۲) بتوانید استراتژی‌های بازاریابی را توضیح دهید.
- ۳) شمای کلی رفتار مصرف کننده را درک کرده باشید؛
- ۴) مسائل مرتبط با محصول جدید، قیمت گذاری، بسته بندی و... را تحلیل کنید.

مهارت‌هایی (شغلی، تحصیلی) که دانشجو در پایان دوره فرا می‌گیرد

۱) مدل‌سازی بازاریابی در دنیای واقعی

۲) حل مسائل مدیریتی

ارزشیابی درس

سایر روش‌های ارزشیابی	امتحان میان‌ترم	امتحان پایان‌ترم
کوئیز --- نمره حل تمرین --- نمره ارائه کلاسی ۵ نمره نمرات تشویقی: ۵ نمره شامل مواردی نظیر: حل سؤالات چالشی، مطرح کردن مسائل و مباحث نو و...	میان‌ترم ۱ <input checked="" type="checkbox"/> --- نمره میان‌ترم ۲ <input checked="" type="checkbox"/> --- نمره در هفته اول تاریخ و سرفصل‌های امتحانات میان‌ترم تعیین خواهد شد.	(۲۰) نمره طبق تاریخ رسمی مندرج در تقویم آموزشی برگزار خواهد شد.

### سایر نکات

(نکات خاصی که هر مدرس ممکن است برای درسی در نظر داشته باشد اما در این طرح درس پیش‌بینی نشده است.)

### آدرس‌های الکترونیکی لازم

آدرس الکترونیکی برای تماس با استاد

mmj@uok.ac.ir

### ساعت مراجعه دفتری و رفع اشکال

هر روز از ساعت ۱۱/۵ تا ۱۳/۵.

### کلاس حل تمرین

به فراخور زمان و نیاز کلاس، ممکن است در طول ترم جلسات حل تمرین و رفع اشکال با حضور استاد درس و یا استاد حل تمرین برگزار شود. حضور در این کلاس‌ها، مانند جلسات اصلی الزامی است. زمان و مکان تشکیل کلاس حل تمرین اعلام شود.

### قوانین

(۱) حضور در کلاس اجباری است.

### تکالیف

ارائه‌های کلاسی که مشخص شده و برای جلسه‌های بعد از دانشجو خواسته می‌شود که مطالب بعدی را با استفاده از منبع اصلی کتاب، مرور نماید.

## زمان بندی هفتگی

شماره هفته	سرفصل ها	تحویل تکالیف	تکالیف محوله پایان کلاس	نمره
۱	نام سرفصل: -تعاریف بازاریابی و مقدمه درس	-	برای هر سرفصل یک مطالعه مروری از سایتهای مربوطه در کلاس مشخص می گردد.	
۲	نام سرفصل: پایه های تدوین استراتژی در بازاریابی	تحویل تکالیف هفته ۱		
۳	نام سرفصل: تحقیقات بازاریابی			
۴	نام سرفصل: محصول و استراتژی های آن			
۵	نام سرفصل: قیمت گذاری و روش های آن			
۶	نام سرفصل: مدیریت ارتباطات بازاریابی	تحویل تکالیف هفته ۲		
۷	نام سرفصل: توزیع و مدیریت آن در بازارها			
۸	نام سرفصل: کانالهای بازاریابی			

هر سرفصل ممکن است بیش از ۲ جلسه نیاز داشته باشد.