



به نام ایزدانا

تاریخ به روز رسانی:

## (کاربرگ طرح درس)

دانشگاه سمنان

نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۴

|                                                                         |                                                                                                                                        |                           |                                             |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------|
| نام درس                                                                 | فارسی: بازاریابی تحلیلی                                                                                                                | تعداد واحد: نظری ۳        | مقطع: کارشناسی ■ کارشناسی ارشد □<br>دکتری □ |
|                                                                         | لاتین: Analytical Marketing                                                                                                            | پیش نیازها و هم نیازها: - |                                             |
| مدرس/مدرسین:                                                            | ملیحه خورسی دامغانی                                                                                                                    | شماره تلفن اتاق:          |                                             |
| پست الکترونیکی:                                                         | m.khors@semnan.ac.ir                                                                                                                   | منزلگاه اینترنتی:         |                                             |
| برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس:                                      |                                                                                                                                        |                           |                                             |
| اهداف درس: آشنایی با مبانی و روشهای بازاریابی و انواع آن در کسب و کارها |                                                                                                                                        |                           |                                             |
| امکانات آموزشی مورد نیاز: ویدئو پروژکتور                                |                                                                                                                                        |                           |                                             |
| نحوه ارزشیابی                                                           | فعالیت های کلاسی و آموزشی                                                                                                              | ارزشیابی مستمر (کوئیز)    | امتحان میان ترم                             |
| درصد نمره                                                               | ۵                                                                                                                                      | -                         | ۷                                           |
| منابع و مآخذ درس                                                        | اصول بازاریابی، فیلیپ کاتلر و گری آرمسترانگ، ترجمه مهدی زارع<br>مدیریت بازاریابی، امیر اخلاصی<br>بازاریابی و مدیریت بازار، حسن الوداری |                           |                                             |
| امتحان پایان ترم                                                        |                                                                                                                                        |                           | ۸                                           |

## بودجه بندی درس

| شماره هفته آموزشی | مبحث                               | توضیحات |
|-------------------|------------------------------------|---------|
| ۱                 | مفاهیم اساسی بازاریابی             |         |
| ۲                 | مفاهیم اساسی بازاریابی             |         |
| ۳                 | معرفی انواع استراتژی های بازاریابی |         |
| ۴                 | معرفی انواع استراتژی های بازاریابی |         |
| ۵                 | معرفی انواع استراتژی های بازاریابی |         |
| ۶                 | معرفی محیط بازاریابی               |         |
| ۷                 | معرفی محیط بازاریابی               |         |
| ۸                 | تقسیم بازار و معرفی بازار هدف      |         |
| ۹                 | تقسیم بازار و معرفی بازار هدف      |         |
| ۱۰                | تقسیم بازار و معرفی بازار هدف      |         |
| ۱۱                | تحلیل رفتار خرید مصرف کننده        |         |
| ۱۲                | تحلیل رفتار خرید مصرف کننده        |         |
| ۱۳                | استراتژی محصول و برندسازی          |         |

|  |                           |    |
|--|---------------------------|----|
|  | استراتژی محصول و برندسازی | ۱۴ |
|  | قیمت گذاری محصولات        | ۱۵ |
|  | قیمت گذاری محصولات        | ۱۶ |