

شناسنامه درس بازاریابی برای دوره MBA

دانش کاربردی

هدف اصلی

در یک سناریوی موردی، دانشجویان باید توانایی شناسایی عناصر کلیدی اصول بازاریابی و درک ارتباط آن‌ها با سایر حوزه‌های عملیاتی شرکت را نشان دهند.

هدف عینی

درک مفهوم بازاریابی

شناسایی و تقسیم‌بندی بازار هدف مناسب STP

شناخت 4P و 7P بازاریابی

اهداف رفتاری

سیلابس

مقدمه و مفاهیم اساسی :

- تعریف و ترندهای بازاریابی
- بررسی مفهوم و اصول اساسی بازاریابی
- فرآیند بازاریابی و ارتباط آن با دیگر حوزه‌های عملیاتی

مدل‌های بازاریابی :

- مدل 4P بازاریابی: محصول، قیمت، مکان، ترفیع
- مدل 7P بازاریابی: محصول، قیمت، مکان، ترفیع، مردم، فرآیند، شواهد فیزیکی

تحلیل بازار و تقسیم‌بندی :

- تکنیک‌های تقسیم‌بندی بازار
- روش‌های شناسایی و انتخاب اهداف مناسب

پیاده سازی و کنترل

