

بازار یابی



تعداد واحد: ۳

پیشنیاز: اقتصاد خرد برای مدیران

هدف: آشنائی دانشجویان با نقش بازاریابی در اقتصاد، وظائف بازاریابی و تکنیکهای بازاریابی جهت بررسی وضعیت بازار، رفتار خریدار، قیمت گذاری محصولات و لزوم تبلیغات در پیشبرد فروش.

سرفصل دروس

مفهوم و لزوم بازاریابی، مفاهیم بازار، اقسام بازار، محیط بازار، تقسیم بندی بازار، عملیات و وظائف بازاریابی، تکنیکهای بازاریابی، برنامه ریزی بازاریابی، بررسی و پیش بینی رفتار خریدار، توسعه بازار، مدیریت محصول شامل ترکیب، نوع و بسته بندی محصولات، مسائل مربوط به محصولات جدید، قیمت گذاری محصولات، نقش تبلیغات در پیشبرد فروش، حفظ و توسعه بازار، روشهای علمی در پژوهش بازار.

کتابهای مرجع

- 1- Information Systems for Modern Management , Murdick , Ross , R. G. and J. E. , 2nd Edition , Prentice - Hall , Englewood Cliff , New Jersey , 1975.

