

دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

فرم طرح درس

دانشکده : مهندسی زراعی گروه آموزشی : اقتصاد کشاورزی نام مدرس : فواد عشقی

طرح درس : بازاریابی محصولات کشاورزی و شماره درس : ۳۶۳۶۱۹ رشته : اقتصاد کشاورزی
مقطع : کارشناسی نیمسال : دوم

جلسه	موضوع جلسه	اهداف جلسه
۱	مقدمه ای بر بازاریابی	آشنایی با تعاریف و مبانی اولیه در بازاریابی، نیاز، خواسته و تقاضا، ویژگی های بازاریابی، فروش
۲	مفاهیم اساسی بازاریابی	آشنایی با اهمیت و ضرورت بازاریابی و وظایف بازاریابی، بسط مفهوم marketing
۳	نظام بازاریابی در ایران	تبیین نهاد های بازاریابی، ویژگیهای نظام سنتی بازاریابی کشاورزی در ایران و کشورهای در حال توسعه، اهداف نظام بازاریابی
۴	برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی	آشنایی با اهداف و برنامه ریزی در بازاریابی، برنامه ریزی استراتژیک
۵	مدیریت بازاریابی	آشنایی با مفهوم مدیریت بازاریابی، بازاریابی در سازمانها، برنامه ریزی در بازاریابی
۶	تحقیقات بازاریابی و سیستم های اطلاعاتی	آشنایی با نقش اطلاعات بازاریابی، تعریف تحقیقات بازاریابی، سیستم اطلاعات بازاریابی و پشتیبانی از تصمیمات بازاریابی
۷	تجزیه و تحلیل بازار مصرف کننده و رفتار خریدار	آشنایی با مدل رفتار خریدار، عوامل اصلی که بر رفتار خرید تأثیر می گذارند، فرآیند خرید
۸	آزمون میان ترم- تقسیم بازار و تعیین بازار هدف	بیان تقسیم بازار بر اساس متغیرهای جغرافیایی، جمعیت شناختی، روانشناختی و ... استراتژی های انتخاب بازار هدف
۹	پیش بینی تقاضا و فروش	آشنایی با تعریف بازار، برآورد اندازه بازار، اندازه گیری و پیش بینی بازار، برآورد فروش واقعی و سهم بازار
۱۰	نقش قیمت در بازاریابی	هزینه های بازاریابی، حاشیه و کارایی بازاریابی، انتقال قیمت در بازاریابی، مکانیسم کشف قیمت، بررسی و تحلیل نوسانات قیمت در بازارها
۱۱	ملاحظات و استراتژی های قیمت گذاری	آشنایی با روشهای قیمت گذاری، ملاحظات اساسی در قیمت گذاری، خط مشی های تعدیل قیمت فروش، ارزیابی و واکنش نسبت به تغییر قیمت رقبا
۱۲	مدیریت محصول (کالا یا خدمت) ۱	آشنایی با موضوع محصول، آمیخته بازاریابی، منحنی عمر محصول، منحنی عمر محصول و مصرف کنندگان
۱۳	مدیریت محصول (کالا یا خدمت) ۲	تبیین نامگذاری، نشان تجاری، بسته بندی، درجه بندی، ضمانتنامه، تبلیغات، نوع تبلیغات، بودجه تبلیغات
۱۴	سیستم و مدیریت توزیع	آشنایی با کانال توزیع، زنجیره عرضه، عمده فروش و خرده فروش، انواع ادغام ها، انواع تضادها
۱۵	بازاریابی اینترنتی	بیان مفهوم بازاریابی و فروش اینترنتی، تبلیغات اینترنتی، فروشگاه های اینترنتی، وفاداری و نظرسنجی در بازاریابی اینترنتی
۱۶	تجارت الکترونیک، مقدمه ای بر بورس کالا	آشنایی با مزایا و ویژگی های تجارت الکترونیک، پرداخت های الکترونیکی، تفاوت های بازار بورس کالا و بازار سنتی، آشنائی با نحوه خرید و فروش در بورس کالا

منابع مورد استفاده:

۱. اصول بازاریابی، فیلیپ کارتر و گری آرمسترانگ، ترجمه بهمن فروزنده (۱۳۸۳)، نشر آتروپات
۲. قیمت محصولات کشاورزی، ترجمه سید صفدر حسینی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۸

3. Norwood & LUSK. (2008). Agriculture marketing & price Analysis ch 5, 6,7,9,10

