

<p>دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری</p> <p>فرم طرح درس</p> <p>نام مدرس : سید مجتبی مجاوریان</p> <p>گروه آموزشی : اقتصاد کشاورزی</p> <p>دانشکده : مهندسی زراعی</p>		
<p>طرح درس : بازاریابی و زنجیره عرضه محصولات کشاورزی</p> <p>شماره درس: ۵۳۲۹۰۵ رشته : اقتصاد کشاورزی</p> <p>مقطع: کارشناسی ارشد نیمسال : دوم</p>		
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	اهداف نظام بازاریابی در ایران	تبیین نهاد های بازاریابی، نقش بازاریابی در سیستم تجاری، 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	نقش قیمت در بازاریابی، ملاحظات و استراتژی های قیمت گذاری	هزینه های بازاریابی، حاشیه و کارایی بازاریابی، انتقال قیمت در بازاریابی، مکانیسم کشف قیمت، بررسی و تحلیل نوسانات قیمت در بازارها، آشنایی با روشهای قیمت گذاری، ملاحظات اساسی در قیمت گذاری، خط مشی های تعدیل قیمت فروش، ارزیابی و واکنش نسبت به تغییر قیمت رقبا
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، آشنایی با تعریف بازار، برآورد اندازه بازار، اندازه گیری و پیش بینی بازار، برآورد فروش واقعی و سهم بازار
۹	مدیریت کالا یا خدمت	آشنایی با موضوع محصول، آمیخته بازاریابی، منحنی عمر محصول، منحنی عمر محصول و مصرف کنندگان
۱۰	مدیریت بازاریابی محصول	تبیین نامگذاری، نشان تجاری، بسته بندی، درجه بندی، ضمانتنامه، تبلیغات، نوع تبلیغات، بودجه تبلیغات
۱۱	سیستم و مدیریت توزیع	آشنایی با کانال توزیع، عمده فروش و خرده فروش، انواع ادغام ها، انواع تضادها
۱۲	زنجیره عرضه	تعریف و مفاهیم زنجیره، اهداف زنجیره، اهمیت و جایگاه زنجیره در اقتصاد کشور، سیر تحول مدیریت زنجیره در جهان، نقش تکنولوژی اطلاعات در مدیریت زنجیره
۱۳	مدیریت زنجیره عرضه	اثر شلاقی (bull whip effect) در زنجیره، دلایل بوجود آمدن اثر شلاقی، راهکارهای کاهش اثر شلاقی، مدیریت ریسک در زنجیره عرضه، ارزیابی کارایی زنجیره عرضه
۱۴	بازاریابی اینترنتی، تجارت الکترونیک	بیان مفهوم بازاریابی و فروش اینترنتی، تبلیغات اینترنتی، فروشگاه های اینترنتی، وفاداری و نظرسنجی در بازاریابی اینترنتی، آشنایی با مزایا و ویژگی های تجارت الکترونیک، پرداخت های الکترونیکی
۱۵	الگوهای حمل و نقل	آشنایی با مدل های حمل و نقل، بیان تعیین مقدار بهینه ذخیره سازی، تحلیل حساسیت الگو، الگوی حمل و نقل و طراحی شبکه حمل و نقل، مدیریت حمل و نقل در زنجیره و برنامه ریزی و زمانبندی ارسال کالا
۱۶	کاربرد مدل های برنامه ریزی ریاضی در بازاریابی و زنجیره عرضه	آشنایی با مدل های برنامه ریزی ریاضی خطی، سلسله مراتبی، چندمعیاره و پویا

منابع مورد استفاده:

۱. اصول بازاریابی، فیلیپ کارتر و گری آرمسترانگ، ترجمه بهمن فروزنده (۱۳۸۳)، نشر آتروپات
 ۲. برنامه ریزی ریاضی برای اقتصاد کشاورزی، هری کایسر، ترجمه حسینی یکانی، عشقی و لمین روان، انتشارات همراه علم (۱۳۹۶)
 ۳. قیمت محصولات کشاورزی، ترجمه سید صفر حسینی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۸
4. Norwood & LUSK. (2008). Agriculture marketing & price Analysis ch 5, 6,7,9,10

