به نام ایزد دانا

(کاربرگ طرح درس) تاریخ به­روز رسانی: 7/7/98

دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی. نیمسال اول/دوم سال تحصیلی 99-98.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مقطع: کارشناسی▪ کارشناسی ارشد□ دکتری□ | تعداد واحد: نظری 2 واحد.  | فارسی: بازاریابی خدمات اطلاعاتی | نام درس |
| پیش­نیازها و هم­نیازها:  | لاتین: Informagion Ser vices Marketing |
| شماره تلفن اتاق: 109داخلی 02333623300 | مدرس/مدرسین: مریم صابری |
| منزلگاه اینترنتی:http://msaberi.profile.semnan.ac.ir | پست الکترونیکی: saberi1707@gmail.com msaberi@semnan.ac.ir  |
| برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: |
| اهداف درس: آشنایی کلی با مفاهیم و اهداف بازاریابی و نقش متخصصان اطلاعات در بازاریابی منابع اطلاعاتی  |
| امکانات آموزشی مورد نیاز: ویدئو پروژکتور، لب تاپ |
| امتحان پایان­ترم | امتحان میان­ترم | ارزشیابی مستمر(کوئیز) | فعالیت­های کلاسی و آموزشی | نحوه ارزشیابی |
| 80 |  |  | 20 | درصد نمره |
| ابراهیمی، عبدالحمید (1379). مفاهیم علمی مدیریت بازاریابی. دانش و توسعه، 11، 34-11.احمدی، شهروز؛ باقری، مهدی (1396). بکارگیری روشهای هوشمند در بهبود مدیریت ارتباط با مشتری با رویکرد eCRM. مطالعات مدیریت و کار آفرینی، 3(1)، 113-107.البرزی، صدرالله ( 1378 الف). مدیریت بازاریابی (1). اقتصاد: تعاون و کشاورزی، 100؛ 39-36.البرزی، صدرالله (1378 ب). مدیریت بازاریابی (2). اقتصاد: تعاون و کشاورزی، 101، 49-44.حسینی برنتی، سید رسول؛ کاظمی یالف، انسیه (1395). مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی به عنوان مزیت رقابتی. مطالعات مدیریت و حسابداری، 2(3): 222-216. رعنایی، محمدعلی؛ خدایاری، بهناز (1395). بررسی رابطه گرایش بازاریابی رابطه مند با ارزش ویژه برند با توجه به نقش میانجی وفاداری مشتریان در شعب بانک تجارت شهر تهران. پژوهشهای جدید در مدیریت و حسابداری، 15، 42-17.شاهوار، شبنم؛ حریری، نجلا (1388). مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه ها. مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، 80، 150-137.شیخ حسینی، عظیمه (1388). بازاریابی خلاق: روشهای کشف ایده های راه گشا در بازاریابی. کتاب ماه علوم اجتماعی، 24، 67-63.صالحی صدقیانی، جمشید؛ اخوان، مریم (1385). مدیریت ارتباط با مشتری . حسابدار، 176، 36-23.علی احمدی، علیرضا؛ و خلجی علیایی، لیلا (1385). مفاهیم طراحی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری. مدیریت فردا، 13و14، 66-61.معمار زاده، غلامرضا؛ سرافرازی، مهرزاد؛ مصلی نژاد، افشین (1387). متدلوژی مدیریت ارتباط با مشتری. مدیریت: کنترولر، 22، 43-16. | منابع و مآخذ درس |

**بودجه­بندی درس**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **توضیحات** | **مبحث** | **شماره هفته آموزشی** |
|  | معرفی و شرح درس | **1** |
|  | مفهوم بازاریابی و مفاهیم وابسته به آن | **2** |
|  | مدیریت بازاریابی | **3** |
|  | انواع بازایابی: بازاریابی معامله ای | **4** |
|  | انواع بازاریابی: بازاریابی رابطه ای | **5** |
|  | انواع بازاریابی: بازاریابی خلاق | **6** |
|  | انواع بازاریابی: بازاریابی محتوایی | **7** |
|  | مدل های بازاریابی 1 | **8** |
|  | مدل های بازاریابی 2 | **9** |
|  | اقتصاد اطلاعات و نقش آن در بازاریابی | **10** |
|  | قیمت گذاری منابع اطلاعاتی و بازاریابی | **11** |
|  | مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و نقش آن در بازاریابی | **12** |
|  | نرم افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری(CRM): اجزا و کارکردها | **13** |
|  | مرور درس | **14** |
|  | مرور درس | **15** |
|  | رفع اشکال | **16** |