

به نام خدا

شیوه‌نامه اداره کلاس «اصول بازاریابی و مدیریت بازار» (به ارزش ۲ واحد)

نیمسال دوم تحصیلی ۹۸-۹۹

مدرس کلاس: khajeheian@ut.ac.ir دکتر داتیس خواجه‌ئیان	مخاطب: دانشجویان مقطع کارشناسی ورودی ۹۷
مسئول هماهنگی کلاس: sabaorfi@gmail.com خانم صبا عرفی	زمان کلاس: دوشنبه‌ها، ساعت ۱۴:۰۰ تا ۱۵:۳۰

▪ رویکرد کلاس

درس بازاریابی و مدیریت بازار برای دانشجویان رشته مدیریت مالی ورودی ۹۷ دانشکده مدیریت در نظر گرفته شده است. با توجه به رشته دانشجویان، تلاش این کلاس در ارائه درکی جامع و نه جزئی از درس بازاریابی است تا دانشجویان نسبت به مفاهیم این حوزه وسیع که در رشته‌های گوناگون مدیریت کاربرد دارد از دیدگاه نظری آشنا شوند و همچنین ذهنشان را برای مطالعه بیشتر در آینده آماده کند. از این رو تلاش می‌شود تا در حد ۱۶ هفته کلاس، حداکثر مطالب جامع و به هم پیوسته ارائه شوند و همچنین از طریق ابزارهایی مانند مطالعه موردی، تمرین‌های کلاسی، شبیه‌سازی کمپین‌ها و بازی‌های عملی نیز با این موضوعات فراهم شود.

▪ مسئول هماهنگی

مسئول هماهنگی کلاس، سرکار خانم صبا عرفی از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده هستند. ایشان مسئولیت دریافت تکالیف و بررسی اولیه و سپس انتقال آنها به من را برعهده دارند. همچنین، برگزاری رویدادهای کلاسی همچون بازی شبیه‌سازی و امتحان شفاهی نیز توسط ایشان هماهنگی می‌شود و سئوال‌های دانشجویان در زمان‌های غیر کلاسی نیز از طریق ایشان دریافت و پاسخ داده خواهد شد. از این رو، لازم است دانشجویان در تعامل مستقیم با ایشان باشند و با کمال احترام با ایشان همراهی کنند.

▪ زمان پاسخگویی

ایمیل‌های دریافتی از کلاس بازاریابی را روز شنبه بین بعد از ظهر تا شب بررسی کرده و پاسخ می‌دهم. بنابراین اگر کسی در روز یکشنبه تکلیفی را فرستاد یا سئوالی داشت که پاسخ به آن نیازمند صرف وقت و زمان است، احتمالاً تا شنبه بعدی پاسخ آن را دریافت نمی‌کند، مگر اینکه زودتر زمان آزاد پیدا کنم. البته پاسخ به اغلب پیام‌هایی که نیازمند زمان زیادی نیست را معمولاً با تلفن همراه و سریع می‌دهم.

همچنین در اتاق من به روی دانشجویان باز است. طبق تقویمی که پشت در اتاق نصب کرده‌ام و در صفحه اول وبسایتم نیز قابل مشاهده است، زمان‌هایی را به دیدار آزاد دانشجویی و زمان‌های مشخصی را هم صرفاً برای دانشجویان

کلاس‌هایم اختصاص داده‌ام. کفایت که ایمیل بفرستید و تقاضای وقت کنید. در بازه‌های ده دقیقه تا نیمساعتی در اختیارتان هستم تا درباره موضوعات مورد علاقه‌تان گفتگو کنیم.

▪ ملاحظات شخصی

عموماً افراد دارای حساسیت‌هایی هستند که توجه به آنها می‌تواند سبب ارتباطات بهتر و نتیجه‌بخش‌تری شود و تاکید بازاریابی هم بر توجه به همین حساسیت‌هاست. رابطه استاد و دانشجو در یک کلاس نیز از این بحث جدا نیست، از این رو ملاحظاتی را خدمت دانشجویان بیان می‌کنم که می‌تواند به رابطه بهتر استاد دانشجو منجر شود:

(۱) دقت در نگارش و رعایت دستور زبان فارسی. یکی از ساده‌ترین انتظارات یک جامعه از تحصیل‌کردگانش، نگارش صحیح زبان معیار است. گاه با غلط‌های املایی در نوشته‌های دانشجویان مواجه می‌شوم که به هیچ روی شایسته دانشجویان تحصیلات تکمیلی و حتی دانش‌آموزان نیز نمی‌باشد. از این رو خواهشمندم که بر درست‌نویسی فارسی و استفاده صحیح از علامتهای نگارشی دقت فرمایید. من کسی را به دلیل اشتباهات نگارشی یا املایی مورد کسر نمره قرار نمی‌دهم و از حق خود محروم نمی‌کنم، اما به چنین فردی هرگز ارفاقی نیز نخواهم داشت. تکالیف دوران تحصیل را به عنوان تمرینی برای بهبود و حفظ مهارت‌های ادبی خود بنگریم.

(۲) زبان خودتان را دوست دارم بخوانم، نه زبان ترجمه را. عموماً دانشجویان هنگام خلاصه کردن یک مطلب انگلیسی یا گزارش یک کتاب، علیرغم برخورداری از فصاحت بیان، خود را مقید به وفادار ماندن به زبان مبدأ می‌کنند و این امر سبب دشواری خواندن متن تهیه شده می‌شود من علاقه‌مندم که برداشت‌های خودتان را بخوانم و از این رو پیشنهاد می‌کنم که هنگام استفاده از منابع خارجی، به جای ترجمه واژه به واژه یا خط به خط، هر پاراگراف یا هر دو سه جمله را بخوانید، سپس برداشت خود را با زبان خویش بنویسید. هنگام استفاده از منابع فارسی هم می‌توانید زبان و بیان خود را به کار گیرید. هنگام ساخت اسلاید (که اساساً اسلاید توصیه نمی‌شود) نیز فقط رئوس مطالب را بنویسید. از نوشتن جملات طولانی و روخوانی متن هنگام ارائه پرهیز فرمایید.

نام خانوادگی من «خواجه ثیان» است و بر نوشتن آن با «ی» و نه با تکرار «ی» تأکید فراوان دارم. توجه دوستانی که به جایگذاری همزه با «ی» اصرار دارند را به جدول ۱ صفحه «دستور خط فارسی» در سایت فرهنگستان^۱ جلب می‌کنم که همزه را به عنوان نخستین نشانه در الفبای فارسی به رسمیت شناخته است.

^۱ <http://www.persianacademy.ir/fa/vijegidas.aspx>

▪ منابع

خوشبختانه برای درسی مثل بازاریابی منابع خوب بسیاری وجود دارد. وجود این تعداد منبع خوب، انتخاب نهایی را کار دشواری می‌سازد. با بررسی‌هایی که به عمل آوردم و با توجه به مسیر کلاس، یک منبع اصلی و سه منبع جانبی را انتخاب کرده‌ام که در کنار هم می‌توانند درکی مناسب از ابعاد گوناگون بازاریابی برای دانشجویان فراهم کنند. این منابع به شرح زیر هستند:

منبع اصلی:

Principles of Marketing: Philip Kotler, Gary Armstrong, 17th Edition, 2017

اصل انگلیسی این کتاب تدریس می‌شود. دانشجویان می‌توانند از نسخه فارسی آن نیز استفاده کنند، ولی اکیداً نسخه اصلی توصیه می‌شود.

منابع جانبی:

2. Ahead of the Game: A Marketing Guide for Small Business

کتابی خوش‌نوشت و خوش‌خوان برای ساده‌سازی کاربرد تئوری‌ها در عمل.

۳. روانشناسی تبلیغات تجاری: ماکس ساترلند، ترجمه سینا قربانلو

این کتاب در دو جلسه تدریس می‌شود. هدف از آن آشنایی با ذهن مصرف‌کننده است.

4. Media Advertising Planning: Sissors and Barron, McGrawHill 2010

این کتاب در دو تا سه جلسه تدریس می‌شود و هدف از آن آشنا ساختن دانشجویان با برنامه‌ریزی تبلیغات است.

5. Principles of Marketing: Philip Kotler, Gary Armstrong, John Saunders, Veronica Wong. Prentice Hall, 1999

در موارد خاص که نیاز بازگشت به مفاهیم کلاسیک است، از نسخه قدیمی‌تر کتاب استفاده می‌شود.

▪ فعالیت‌های مکمل کلاسی

در کنار مطالعه منابع درسی و حضور فعال در کلاس، دو فعالیت جانبی نیز به عنوان مکمل در نظر گرفته شده است. فعالیت اول گذراندن دوره‌های آنلاین بازاریابی توسط دانشجویان است و فعالیت دوم نیز یک بازی شبیه‌سازی بازاریابی است که در کلاس و در قالب گروه‌ها انجام می‌شود.

فعالیت شماره ۱: گذراندن دوره‌های آنلاین بازاریابی

خوشبختانه در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که آموزش به سادگی از طریق بسترهای آنلاین در اختیار ماست. آموزش‌های آنلاین که توسط دانشگاه‌های معتبر در پلتفرم‌های آموزشی همچون Coursera, Edx, Udemey و نمونه‌های دیگر ارائه می‌شوند فرصتی است برای دانشجویان که در هر جای دنیا بتوانند از باکیفیت‌ترین آموزش‌ها استفاده کنند. این دوره‌ها به عنوان مکمل‌های باکیفیت کلاس در نظر گرفته شده‌اند و انتظار می‌رود که دانشجویان این دوره‌ها را بگذرانند تا از تفاوت‌ها و شباهت‌های میان سطح آموزش در دانشکده خود و دانشگاه‌های طراز اول دنیا اطلاع یابند. توصیه می‌شود گذراندن این دوره‌ها از هفته اول کلاس آغاز شوند. چند دوره پیشنهادی عبارت از موارد زیر هستند:

۱. دوره Introduction to Marketing به نشانی زیر:

<https://www.edx.org/course/introduction-to-marketing>

این دوره توسط دانشگاه بریتیش کلمبیا برگزار می‌شود، ۶ هفته طول می‌کشد با حجم کار ۳-۵ ساعت در هفته:

Introduction to Marketing
Learn the fundamentals to marketing, including strategies and tools used across industries.

THE UNIVERSITY OF BRITISH COLUMBIA

152,432 already enrolled

[View Course](#)

This course is part of a MicroMasters® Program

About this course
Marketing is a crucial function in all businesses and organizations, and is becoming increasingly crucial to success in our modern global economy. This course, regardless of your industry background, will teach you core concepts and tools to help you better understand and excel in marketing. Key topics include Market Research and its importance to strategy, brand strategy, pricing, integrated marketing communication.

[More about this course](#)

What you'll learn

- Develop a basic customer segmentation system
- Begin to understand the psychology of consumer decision making
- Develop pricing strategies that maximize profitability

Length:	6 Weeks
Effort:	3-5 hours per week
Price:	FREE Add a Verified Certificate for €116
Institution:	UBC
Subject:	Business & Management
Level:	Introductory
Language:	English

۲. دوره بخش‌بندی بازار Market Segmentation Analysis به نشانی زیر:

<https://www.edx.org/course/market-segmentation-analysis>

این دوره توسط دانشگاه کویینزلند برگزار می‌شود و ۵ هفته به طول می‌کشد با حجم کار ۶-۸ ساعت در هفته.

Market Segmentation Analysis

Learn the ten-step process to data-driven market segmentation analysis - developing skills that will enable you to meet customers' needs and gain competitive advantage.



11,994 already enrolled!

[View Course](#)



About this course

Conducting market segmentation analysis and committing to a long-term market segmentation strategy is a complex and challenging journey for any organisation. This course guides you through the entire process of market segmentation analysis and offers a ten-step process that makes customer segmentation efficient and organised.

This course is part of the Post Graduate Certificate in Marketing Management (PGDIP) at The University of Queensland.

[More about this course](#)

What you'll learn

- The basics of market segmentation.
- The ten steps of a market segmentation analysis and each one's purpose.
- The key details that you never at overlook.

Length:	5 Weeks
Effort:	6-8 hours per week
Price:	FREE Add a Verified Certificate for £26
Institution:	UQ
Subject:	Business & Management
Level:	Intermediate
Language:	English

دوره مدیریت بازاریابی Marketing Management به نشانی زیر:

<https://www.edx.org/course/marketing-management>

این دوره توسط دانشگاه هندی IIMB برگزار می شود و ۹ هفته طول می کشد با حجم کار ۲-۴ ساعت در هفته.

Marketing Management

Learn how to effectively apply marketing management theories and practices, including the marketing mix, through real-world business scenarios.



38,155 already enrolled!

[View Course](#)

This course is part of a MicroMasters® Program



About this course

According to world renowned management consultant, Peter Drucker, "Marketing is the only distinguishing and unique function of business... There is only one valid definition of business purpose and that is to create a customer."

While the significance of marketing in today's business world can never be overstated, it is the unique understandings and processes of marketing management that really

[More about this course](#)

What you'll learn

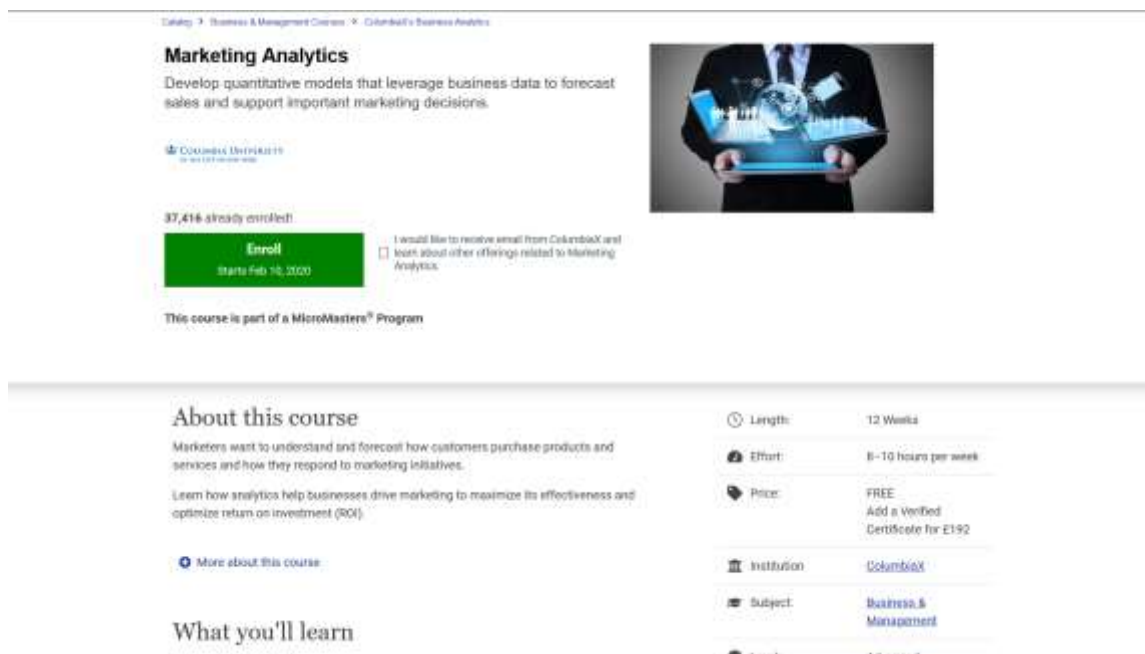
- Basic concepts of marketing
- Segmentation, targeting, differentiation and positioning

Length:	9 Weeks
Effort:	2-4 hours per week
Price:	FREE Add a Verified Certificate for £116
Institution:	IIMB
Subject:	Business & Management
Level:	Intermediate

دوره «تحلیل بازاریابی: راهبردهای سنجش بازاریابی» Marketing Analytics: Marketing Measurement Strategy به نشانی زیر:

<https://www.edx.org/course/marketing-analytics>

این دوره توسط دانشگاه کلمبیا در شهر نیویورک برگزار می‌شود شامل یک دوره ۱۲ هفته‌ای با حجم کار ۸-۱۰ ساعت در هفته.



Length	12 Weeks
Effort	8-10 hours per week
Price	FREE Add a Verified Certificate for \$192
Institution	Columbia
Subject	Business & Management
Award	Achievement

فعالیت شماره ۲: بازی شبیه‌سازی بازاریابی

یکی از ابزارهای خوب برای آموختن، بازی است و خوشبختانه در زمینه بازاریابی بازی‌های خوبی وجود دارند. یکی از جلسه‌های کلاس به اجرای بازی Marketing Simulation اختصاص خواهد یافت و در این بازی دانشجویان در قالب تیم‌های بازاریاب می‌آموزند چگونه در فضای رقابتی فعالیت‌های بازاریابی را برگزار کنند. تمرکز اصلی بازی بر موقعیت‌یابی در بازار Market Positioning و رقابت در یک بازار رقابتی است.

▪ ارزیابی نهایی

میزان نمره	موضوع	
۲ نمره	آزمون میان ترم اول (اسفند ۱۳۹۸)	۱
۲ نمره	آزمون میان ترم دوم (اردیبهشت ۱۳۹۹)	۲
۲ نمره	گذراندن دوره آنلاین بازاریابی	۳
۴ نمره	تکالیف کلاسی	۴
۱ نمره	آزمون شفاهی	۵
۱ نمره	نظر شخصی	۶
۱۰ نمره	امتحان پایان ترم	۷
۲۲ نمره	جمع نمرات (شامل ۲ نمره ارفاقی)	

از اینکه با همکاری و تلاش خود به یادگیری جمعی کمک می‌کنید، پیشاپیش سپاسگزارم. امیدوارم برای شما همراهی خوب در طول ترم و همکاری خوب در آینده تحصیلی و کاری باشم.

با احترام
داتیس خواجه نیان
بهمن ماه ۱۳۹۸