به نام ایزد دانا

(کاربرگ طرح درس)

تاریخ به‌روز رسانی: ۱۴۰۴/۱۱/۲۹

دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی

نیمسال **اول**/دوم سال تحصیلی دوم

نام درس	فارسی: بازاریابی منابع و خدمات اطلاعاتی و برندسازی	تعداد واحد: ۲ نظری	مقطع: کارشناسی ■ کارشناسی ارشد□ دکتری□
	لاتین: information services marketing	پیش‌نیازها و هم‌نیازها:	
مدرس/مدرسین: **حسن محمودی توپکانلو**		شماره تلفن اتاق: ۰۲۳۳۱۵۳۳۰۴۷	
پست الکترونیکی: Hmahmoudi@semnan.ac.ir Hmahmoudi965@gmail.com		منزلگاه اینترنتی: https://hmahmoudi.profile.semnan.ac.ir	
برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: چهارشنبه ۱۲- ۱۰			
اهداف درس: آشنایی با کلیات و اصول بازاریابی و همچنین روش‌های بازاریابی اطلاعات و منابع اطلاعاتی.			
امکانات آموزشی مورد نیاز:			

نحوه ارزشیابی	فعالیت‌های کلاسی و آموزشی	ارزشیابی مستمر(کوئیز)	امتحان میان‌ترم	امتحان پایان‌ترم
درصد نمره	۵		۵	۱۰

منابع و مآخذ درس

روستا، احمد؛ ونوس، داور؛ ابراهیمی، عبدالرحیم (۱۳۹۰). مدیریت بازاریابی. تهران: سمت.

کاتلر، فیلیپ (۱۳۹۸). مدیریت بازاریابی. ترجمه بهمن فروزنده. تهران: نشر آموخته.

الوداری، حسن؛ طاهری،احمد (۱۳۹۸). بازاریابی و مدیریت بازار. تهران: پیامنور.

پولیستی، جو (۱۳۹۸). بازاریابی محتوایی. ترجمه سجاد خزایی و مریم نجفی. تهران: نشر روشن.

آزادی، احمدآبادی، قاسم؛ ازادی، احمدآبادی، اکرم (۱۳۹۱). بازاریابی اطلاعات و بررسی نظام های قیمت‌گذاری منابع و خدمات اطلاعاتی. فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، ۵۴.

حیدری، غلام (۱۳۸۷). قیمت گذاری منابع و خدمات اطلاعاتی. کتابداری و اطلاع رسانی، شماره ۴۱، ۲۷۹-۳۰۸.

بودجه‌بندی درس

شماره هفته آموزشی	مبحث	توضیحات
۱	معرفی درس، اهداف رفتاری و تکالیف	
۲	بازاریابی: تعریف و تاریخچه	
۳	مفاهیم پایه بازاریابی	
٤	انواع بازار و محیط بازاریابی	
٥	تقسیم بازار و بازار هدف	
٦	نیازها و رفتار خریداران	
۷	انواع مدل های بازاریابی	
۸	قیمت گذاری محصولات	
۹	بازاریابی خدمات	
۱۰	بازاریابی محتوایی	
۱۱	بازاریابی منابع اطلاعاتی	
۱۲	فنون بازاریابی اطلاعات	
۱۳	قیمت گذاری منابع اطلاعاتی	
١٤	تبلیغات: اصول و روش‌ها	

۱۵	مرور و جمع بندی	
۱٦	مرور و جمع بندی	