

نام درس: مدیریت تبلیغات و برند نیمسال دوم ۱۳۹۹-۱۴۰۰ رشته/مقطع تحصیلی: کارشناسی ارشد بازرگانی-گرایش بازاریابی روز و ساعت برگزاری: محل برگزاری: کلاس مجازی به آدرس (vc.semnan.ac.ir/mmaleki80) تعداد واحد: ۲ واحد.	
مدرس: دکتر مرتضی ملکی مین‌باش‌رزگاه	mmaleki80@semnan.ac.ir
هدف کلی درس: آشنایی دانشجویان با مفهوم بازاریابی و مولفه‌های کلیدی آن و نحوه استفاده از آن در موفقیت سازمانی	
مدیریت تبلیغات	
(۱) مروری بر مدیریت تبلیغات؛ پیام‌ها، رسانه و سنجش ✓ کارکردهای تبلیغات ✓ فرایند مدیریت تبلیغات ✓ ملاحظات مربوط به سرمایه‌گذاری در تبلیغات	(۲) ایجاد پیام تبلیغاتی خلاقانه و اثرش ✓ ایجاد تبلیغات اثربخش ✓ برنامه‌ریزی و راهبردهای تبلیغات ✓ سبک‌های مختلف در تبلیغات خلاقانه ✓ زنجیره ابزار-هدف و روش نردبانی به عنوان راهنمایی برای ایجاد تبلیغات خلاقانه ✓ تبلیغات شرکتی و تبلیغات مربوط به مسائل خاص
(۳) انتخاب ماهیت (تم) پیام و حامیان آن ✓ بهبود فرایند انگیزه، فرصت و توانایی ✓ نقش حامیان در تبلیغات ✓ نقش شوخ‌طبعی در تبلیغات ✓ استفاده از تم ترس در تبلیغات ✓ استفاده از تم احساس کناه در تبلیغات ✓ استفاده از جنسیت در تبلیغات ✓ استفاده از پایم‌ها و نمادهای پنهان در تبلیغات ✓ کارکردهای موسیقی در تبلیغات ✓ استفاده از تبلیغات مقایسه‌ای	

مدیریت برند

(۵) ارزش ویژه برند مبتنی بر مشتری و جایگاه‌یابی برند ✓ ارزش ویژه برند مبتنی بر مشتری ✓ قوی کردن یک برند؛ دانش برند ✓ منشا ارزش ویژه برند ✓ تشخیص و ایجاد جایگاه برند ✓ دستورالعملهای جایگاه‌یابی ✓ تعریف برند مانترا	(۴) برند و مدیریت برند ✓ تعریف برند ✓ چرا برند مهم است؟ ✓ آیا هر چیزی را می‌توان برند کرد؟ ✓ مروری بر تعدادی از برندهای قوی ✓ چالشها و فرصتها برندسازی ✓ مفهوم ارزش ویژه برند ✓ فرایند مدیریت استراتژیک برند
(۷) ترکیب و ایجاد انسجام میان ارتباطات بازاریابی و ایجاد ارزش ویژه برند ✓ محیط جدید رسانه‌ای ✓ چهار گزینه اصلی ارتباطات بازاریابی ✓ تقویت‌کننده‌های برند ✓ توسعه برنامه ارتباطات انسجام یافته بازاریابی	(۶) طنین برند و زنجیره ارزش برند ✓ مراحل چهارگانه در ساختن یک برند قوی ✓ زنجیره ارزش برند
1. Shimp, T.A. (2007). Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication. 7th Edition. Thompson; South-western. 2. Keller, K.L. (2016). Strategic Brand Management, Global Edition (4). Pearson Publication.	
منابع درس نحوه ارزشیابی و بارم مربوط به هر ارزشیابی: ف) ارزیابی مستمر در غالب ۲ امتحانمیانترم و مطالعه و ارسال یک مقاله در هر هفته به عنوان کار کلاسی..... ۱۵ نمره ب) امتحان نهایی ۵ نمره جمع نمره: ۲۰ نمره ج) فعالیتهای جانبی: حضر کامل در کلاس درس مجازی، فعالیت پژوهشی، ارائه مقاله، خلاصه کتاب، نظم، رعایت شئونات اخلاقی، حضور مستمر در کلاس ۳+ نمره	