بسم الله الرحمن الرحیم

دانشکده گردشگری

تاریخ به‌روز رسانی: پاییز ۱۴۰۵

نیمسال اول سال تحصیلی ۴۰۵-۴۰۶

نام درس	فارسی: بازاریابی محصولات گردشگری	تعداد واحد: نظری۲	مقطع: کارشناسی□ کارشناسی ارشد■ دکتری□
	لاتین: Marketing of Tourism Products	پیش‌نیازها و هم‌نیازها:	
مدرس: دکتر زهره کیانی		شماره تلفن اتاق:023-31535584	
پست الکترونیکی: zkiani@semnan.ac.ir		منزلگاه اینترنتی:	
برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: یک شنبه ۱۵-۱۷			
اهداف درس: معرفی نقش بازاریابی در توسعه بازار محصولات گردشگری با رویکردی اجرایی			
امکانات آموزشی مورد نیاز:			

نحوه ارزشیابی	فعالیت‌های کلاسی و آموزشی	ارزشیابی مستمر(کوئیز)	امتحان میان‌ترم	امتحان پایان‌ترم
درصد نمره	٪۳۰	٪۱۰		٪۶۰
منابع درس	Richard George (2025). Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases			

بودجه‌بندی درس

هفته	مبحث	توضیحات
۱	مقدمه‌ای بر محصولات گردشگری و بازاریابی گردشگری	
۲	محصولات گردشگری: مفاهیم، ویژگی‌ها و اقتضائات	
۳	بازار گردشگری و رفتار مصرف‌کننده گردشگری	
۴	تحقیقات بازار و هوشمندی بازاریابی در گردشگری	
۵	بخش‌بندی بازار، انتخاب بازار هدف و جایگاه‌یابی محصولات گردشگری	
۶	برنامه‌ریزی راهبردی بازاریابی محصولات گردشگری	
۷	توسعه و نوآوری در محصولات گردشگری	
۸	برندسازی و مدیریت برند در گردشگری	
۹	راهبردهای قیمت‌گذاری محصولات گردشگری	
۱۰	پروژه کلاسی و آزمون میان ترم	
۱۱	کانال‌های توزیع و واسطه‌های بازاریابی در گردشگری	
۱۲	ارتباطات یکپارچه بازاریابی و ترفیع محصولات گردشگری	
۱۳	بازاریابی دیجیتال و بازاریابی رسانه‌های اجتماعی در گردشگری	
۱۴	بازاریابی تجربه گردشگری و مدیریت ارتباط با مشتری	
۱۵	روندهای آینده و جمع بندی	
۱۶	آزمون پایانی	