بسم الله الرحمن الرحیم

دانشگاه سمنان

دانشکده گردشگری

تاریخ به‌روز رسانی: پاییز ۱۴۰۵

نیمسال اول سال تحصیلی ۴۰۵-۴۰۶

| | | | |
|---|---|---|---|
| نام درس | فارسی: مدیریت بازاریابی و تبلیغات | تعداد واحد:نظری۲ | مقطع: کارشناسی■ کارشناسی ارشد□ دکتری□ |
| | لاتین: Marketing and Advertising Management | پیش‌نیازها و هم‌نیازها: | |
| مدرس: دکتر زهره کیانی | | شماره تلفن اتاق: ۳۱۵۳۵۵۸۴-۰۲۳ | |
| پست الکترونیکی: zkiani@semnan.ac.ir | | منزلگاه اینترنتی: | |
| برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: شنبه ۱۰-۱۲ | | | |
| اهداف درس: آشنایی با مفاهیم و روشهای بازاریابی و تبلیغات در گردشگری | | | |
| امکانات آموزشی مورد نیاز: | | | |

| نحوه ارزشیابی | فعالیت‌های کلاسی و آموزشی | ارزشیابی مستمر(کوئیز) | امتحان میان‌ترم | امتحان پایان‌ترم |
|---|---|---|---|---|
| درصد نمره | ٪۱۵ | ٪۱۰ | | ٪۷۵ |
| منابع درس | Richard George (2025). Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases | | | |

## بودجه‌بندی درس

| هفته | مبحث | توضیحات |
|---|---|---|
| ۱ | مقدمه‌ای بر مفاهیم و مبانی بازاریابی | |
| ۲ | محیط بازاریابی و تحلیل بازار در گردشگری | |
| ۳ | رفتار مصرف‌کننده و فرایند تصمیم‌گیری گردشگران | |
| ۴ | تحقیقات بازاریابی و شناخت مشتریان در گردشگری | |
| ۵ | بخش‌بندی بازار، انتخاب بازار هدف و جایگاه‌یابی محصولات گردشگری | |
| ۶ | آمیخته بازاریابی خدمات (مدل هفت P) در صنعت هتلداری | |
| ۷ | توسعه و نوآوری در محصولات گردشگری | |
| ۸ | برندسازی و مدیریت برند در گردشگری | |
| ۹ | راهبردهای قیمت‌گذاری محصولات گردشگری | |
| ۱۰ | استراتژی‌های قیمت‌گذاری در گردشگری | |
| ۱۱ | انال‌های توزیع و فروش خدمات گردشگری | |
| ۱۲ | تبلیغات و نقش آن در بازاریابی گردشگری | |
| ۱۳ | ازاریابی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در گردشگری | |
| ۱۴ | مدیریت ارتباط با مشتری و وفادارسازی درگردشگری | |
| ۱۵ | روندهای آینده و جمع بندی | |
| ۱۶ | آزمون پایانی | |