



STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT

(Strategic marketing and sales design)

طرح دوره

مدیریت استراتژیک، بازاریابی و فروش



به نام دادار مهر و نیکی افزاینده

آکادمی کسب و کار کیان



KIAN BUSINESS ACADEMY

طرح دوره

مدیریت استراتژیک، بازاریابی و فروش



مشخصات کلی دوره

نام دوره: مدیریت استراتژیک بازاریابی و فروش

مقطع: عالی (کارشناسی ارشد-دکتری)

ساختار دوره: تحلیلی، کاربردی

سطح آموزش: فوق تخصصی

مدت زمان ارائه دوره: ۱ ترم (۳ ماه-۳۵ ساعت)

پیش نیاز: مدیریت استراتژیک، دروس و علوم بازاریابی و فروش

مدرس: دکتر محمد مزروعی

تلفن: ۰۹۰۲۲۷۲۲۹۰۲

ایمیل: m.mazrouei.co@gmail.com

مخاطبین دوره

۱. اعضای ارشد و مدیریت ارشد یک سازمان که باید اهمیت برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی را به طور کامل درک کنند
۲. سرمایه گذارانی که قبل از سرمایه گذاری در یک شرکت خاص نیاز به درک و تفسیر برنامه ها و استراتژی های بازاریابی یک سازمان برای آینده دارند.
۳. مدیران بازاریابی که نقش عمده ای در شناسایی فرصت ها و تهدیدها و چارچوب بندی استراتژی های بازاریابی برای سازمان دارند
۴. سایر متخصصان بازاریابی که در اجرای موفقیت آمیز مراحل و برنامه های تعیین شده در برنامه استراتژیک بازاریابی نقش دارند
۵. اعضای آژانس های برندینگ که مسئول ایجاد ارزش و شهرت برند هستند
۶. هر حرفه ای دیگری که مایل است در مورد برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی بیشتر بداند

نمای کلی دوره

این دوره به شما دانش و مهارت های لازم برای تدوین و اجرای استراتژی های بازاریابی را از طریق تجزیه و تحلیل انتقاد ی، کاربرد و ارتباطات ارائه می دهد.

استراتژی بازاریابی یک فرآیند تحلیل، برنامه ریزی، اجرا و کنترل است که برای ارضای نیازها و خواسته های مشتری با ارائه ارزش برتر مشتری در مقایسه با انتخاب های جایگزین طراحی شده است. با استفاده از یک رویکرد عملی برای برنامه ریزی بازاریابی و اجرای استراتژی، شما پس از این دوره، رفتار بازار را تجزیه و تحلیل خواهید کرد و استراتژی ها را با شرایط متغیر مطابقت خواهید داد.

همچنین به دلیل نیاز مکرر به تغییر استراتژی ها برای کالاها، خدمات و بازارها، از برنامه ریزی مبتنی بر تصمیم استفاده خواهید کرد. در طول دوره، مهارت های نوشتن یک برنامه بازاریابی استراتژیک برای هر محصول یا خدمات را با تمرکز بر مشتری و در عین حال دستیابی به اهداف سودآوری قابل قبول توسعه خواهید داد.

نتایج مهم این دوره

- ✓ تصمیمات بازاریابی پیچیده را درک، تجزیه و تحلیل می کنید.
- ✓ درک و دریافت روشی از نقش مدیر بازاریابی پیدا می کنید و نحوه اتخاذ تصمیمات بازاریابی پیچیده را تجربه و آموزش می بینید.
- ✓ درک روشی از نحوه اعمال استراتژی بازاریابی، مدل ها و اصول در یک شرکت واقعی که برای آن یک برنامه بازاریابی استراتژیک ایجاد می کنند، پیدا می کنید.
- ✓ آگاهی کاملی از فرآیند برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی و چگونگی تکمیل یک برنامه بازاریابی استراتژیک اصلی، تفاوت بین داده ها، اطلاعات و بینش مشتری را بدست می آورید.
- ✓ درک می کنید که چگونه بینش مشتری باعث ایجاد ارزش شرکت می شود.

- ✓ روش های مختلف جمع آوری داده ها و به دست آوردن بینش مشتری را درک میکنید.
- ✓ ارزش استفاده از معیار های بازاریابی را درک میکنید.
- ✓ معیارهای کلیدی بازاریابی و نحوه اعمال آنها را میدانید.
- ✓ نحوه تجزیه و تحلیل معیار های بازاریابی را بدست می آورید.
- ✓ نحوه توسعه تجزیه و تحلیل بازاریابی مناسب را آموزش میبینید.
- ✓ ارتباط بین معیار های بازاریابی و عملکرد مالی را درک میکنید.
- ✓ نحوه استفاده و تفسیر نسبت های کلیدی سودآوری بازاریابی مالی را میفهمید.
- ✓ داده ها را تفسیر میکنید و در نتیجه گیری مناسب برای تخصیص موثرترین منابع بازاریابی متخصص میگردید.
- ✓ توانم در ایجاد یک استراتژی بازاریابی یکپارچه خواهید شد.

مقدمه

هر کسب و کاری باید مشتریان بالقوه را به مشتریان تایید شده تبدیل کند که برای مدت طولانی در کسب و کار باقی می ماند. بازاریابی تنها به تعیین و برآورده کردن تقاضای مشتری اشاره نمی کند، بلکه ایجاد چنین تقاضایی برای یک محصول و یا خدمات خاص است.

تبلیغات واضح ترین فعالیت بازاریابی است، اما تحقیقات مشتری نیز همینطور است، که محصولات و یا خدمات را با نیازهای مشتری به شیوه ای بهتر مطابقت می دهد. طراحی محصول همچنین یک فعالیت بازاریابی است که محصولات و یا خدمات یک سازمان را با نیازهای شناخته شده مشتری مطابقت می دهد.

استراتژی بازاریابی طرحی است که نشان می دهد چگونه یک سازمان محصولات و خدمات خود را برای مشتریان بالقوه خود بازاریابی می کند. سازمان ها ممکن است در هر مقطع زمانی بیش از یک استراتژی داشته باشند و ممکن است از پلتفرم های بازاریابی مختلف مانند شبکه، رسانه های دیجیتال، تبلیغات چاپی سنتی و غیره استفاده کنند.

یکی از عوامل کلیدی برای هر سازمانی برای نفوذ موفقیت آمیز به بازار مشتری، دانش و قدرت استراتژیکی است که به ایجاد یا تولید محصول یا خدماتی منجر گردد، که نیاز خاصی را برای مشتریان برطرف کند. بنابراین، یافتن و برآوردن نیاز مشتری و سپس ارائه محصولات و یا خدمات مناسب بخشی از فرآیند بازاریابی است. اما درک نیازهای خاص، درک و بهره برداری از شرایط و فرصته و خطرهای، کسب مشتری وفادار، خلق ارزش در بازار و کسب برند نیک و اثرگذار و مورد پذیرش مشتریان در هرشرایطی فقط از طرق دانش مدیریت استراتژیک بازاریابی و فروش محقق میشود که در این دوره با مستندات و جزئیات کامل به آن پرداخته شده و سطح بالای توانمندی را برای کسب و کار و شرکت شما در این حوزه بوجود می آورد که این امر یعنی نگاه و عملکرد استراتژیک بزرگترین و برترین مزیت شماست که هرکسی قادر به رقابت با آن نیست و فقط شاید دست به تقلید از شما بزند..

یکی از جنبه های یک طرح بازاریابی استراتژیک می تواند بر سایر جنبه ها تأثیر بگذارد، و بنابراین، هماهنگ کردن فعالیت های بازاریابی یک طرح برای حذف تداخل و به حداکثر رساندن مزایا یا سود بلند مدت، حیاتی است. یک استراتژی بازاریابی همه حوزه های فعالیت های فروش را در نظر می گیرد و به هر یک از فعالیت های بعدی کمک می کند و مطمئن می شود که هر یک از آنچه دیگری انجام می دهد آگاه است.

بنابراین ایجاد یک استراتژی بازاریابی یکپارچه به تصمیم گیری های فردی بهتر در مورد تاکتیک های بازاریابی خاص کمک می کند. با فضای بازار رقابتی امروزه، داشتن یک برنامه بازاریابی استراتژیک قوی و روشن بسیار حیاتی است و می تواند به طور مستقیم بر موفقیت یا شکست یک تجارت تأثیر بگذارد.

یک برنامه بازاریابی استراتژیک خوب به ساده سازی توسعه محصول، تعیین قیمت های بهینه، ایجاد توزیع مؤثر، کمک به ارتباطات بازاریابی، تأثیر سازمانی و غیره کمک می کند. بنابراین، به طور کلی، یک استراتژی بازاریابی استراتژیک است که پس از درک یا ایجاد، یک کسب و کار را به مخاطبان هدف خود ارتقا دهد. نیاز مشتری، در نتیجه به برندسازی سازمانی کمک می کند.

این دوره آموزشی شما را با درک کلی و دانش به روز دنیا در مورد برنامه ریزی بازاریابی استراتژیک توانمند می کند. دانش به دست آمده از این دوره شما را قادر می سازد تا نقش ها و مسئولیت های بالاتر مرتبط با بازاریابی استراتژیک را به عهده بگیرید و با موفقیت انجام دهید.

علاوه بر این، چشم انداز و آینده نگری که این دوره آموزشی به شما ارائه می شود، به شما کمک میکند تا برای بسیاری از تغییرات در کسب و کار، تقاضای مشتری و غیره از قبل برنامه ریزی کنید تا سازمان شما برای تغییر آماده شود.

یادگیری کلی، اعتماد به نفس و توانایی به دست آمده از این دوره به شما کمک می کند تا زودتر از سایرین برای ارائه محصول و یا خدمات برای سازمان خود برنامه ریزی کنید تا مزیت رقابتی در بازار به دست آورید.

شرح دوره :

تمرکز این دوره بر تحلیل بازاریابی استراتژیک برای تصمیم گیری بازاریابی و برنامه ریزی بازاریابی است. اما سایر موضوع ها و دانش کسب شده در این موضوعات دیگر در بازاریابی (تجزیه و تحلیل رفتار مصرف کننده، مدیریت برند، تحقیقات بازار و موضوعات مدیریت کسب و کار، مدیریت، امور مالی و حسابداری) را نیز با هم مرور میکنیم و با تفکر استراتژیک به آنها می اندیشیم و آنها را نیز ادغام میکنیم. در این دوره دانشجویان مهارت های تحلیلی را توسعه می دهند، دیدگاه استراتژیک بازاریابی را به دست می آورند و یاد می گیرند که آن را به عنوان بخشی جدایی ناپذیر از استراتژی کلی یک شرکت درک کنند. بنابراین، تمرکز در این در کنار آموزش تکنیکها و تاکتیکهای استراتژیک کوتاه مدت، بر برنامه ریزی بلند مدت و چشم انداز استراتژیک شرکت و نقش بازاریابی در آن است.

این دوره بر نقش برنامه استراتژیک بازاریابی به عنوان چارچوبی برای سازماندهی داخلی فعالیت ها و تصمیمات بازاریابی شرکت تأکید می کند. دانشجویان فرصتی خواهند داشت تا با کاربر روی یک پروژه واقعی، دانش خود را عملی کنند. همانطور که از عنوان دوره مشخص است، پس از گذراندن موفقیت آمیز این دوره، دانشجویان قادر به ممیزی، تجزیه و تحلیل و ایجاد یک برنامه بازاریابی استراتژیک مؤثر برای یک شرکت خواهند بود.

اهداف دوره :

اهداف عمومی

- درک اهمیت استراتژی بازاریابی و تجزیه و تحلیل در سازمان های محصول و خدمات، اعم از داخلی و بین المللی.
- توسعه و اجرای استراتژی های تجاری و بازاریابی پویا برای به دست آوردن و حفظ مزیت رقابتی با ارائه رضایت مشتری، پاسخ به تغییرات مداوم در بازار، توسعه محصولات جدید و شناخت چالش های رقابت جهانی، می آموزید، تجربه و تمرین میکنیم.
- یک برنامه بازاریابی استراتژیک بنویسید و اجرا کنیم.
- دلایل موفقیت یا شکست انواع تلاش های بازاریابی را ارزیابی میکنیم.
- از طریق تصمیم گیری عملی و استفاده از دانش فعلی کسب و کار، استراتژی بازاریابی و اصول تجزیه و تحلیل را برای هر محیط تجاری انتخاب شده به کار ببریم.
- بهبود کار تیمی، رهبری، گوش دادن، تفکر انتقادی، حل مسئله و مهارت های ارتباطی. یک نگرش حرفه ای و تجاری ایجاد کنید و احساس مسئولیت در مورد رفتار و یادگیری خود را در خود پرورش دهیم.

اهداف اصلی

- هدف اصلی این دوره آموزشی استراتژی بازاریابی و برنامه ریزی، توانمندسازی حرفه ای ها با:
- دانش و اطلاعات کامل برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی را به شما آموزش دهیم.
- مهارت ها، اعتماد به نفس و تجربه لازم برای ایفای نقش ها و مسئولیت های اضافی مرتبط با برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی و در نتیجه به رشد سازمان کمک می کند. را در شما ایجاد یا تقویت کنیم.
- دانش و اطلاعات مورد نیاز برای مشارکت یا طراحی مستقل برنامه های بازاریابی استراتژیک موثر برای ارائه محصول و یا خدمات سازمان به شما آموزش دهیم
- آگاهی لازم از اهمیت داشتن یک برنامه بازاریابی ساختاریافته و انجام مراحل برای برآورده کردن کلیه الزامات یک برنامه تنظیم شده را به شما انتقال دهیم.
- اطمینان و دانش برای جمع آوری اطلاعات مشتری و تفسیر دقیق آن برای درک نیاز مشتری و ایجاد تغییرات در ارائه محصول و یا خدمات بر اساس آن، در نتیجه پاسخگویی به نیاز مشتری خاص را کسب کنید.
- مهارت و توانایی لازم برای ایجاد روابط خوب و طولانی مدت با مشتری را تمرین و به دست آورید.
- مهارت، توانایی، اعتماد به نفس و تجربه کافی برای برنامه ریزی کمپین ها و سایر فعالیت های بازاریابی برای دستیابی به مشتریان و برآورده کردن خواسته های خاص آنها، در نتیجه به سازمانی با مزیت رقابتی را به دست بیاورید.

دستاوردهای این دوره برای فارغ تحصیلان

مزایای شخصی

چه مبتدی ها و چه حرفه ای هایی که در این دوره آموزشی استراتژی بازاریابی و برنامه ریزی شرکت می کنند از مزایای زیر بهره مند می شوند:

- دانش و اطلاعات کامل برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی را کسب میکنند.
- افزایش درک، دانش و اعتماد به نفس برای به عهده گرفتن نقش ها و مسئولیت های بالاتر مربوط به طراحی برنامه های بازاریابی استراتژیک برای سازمان خود را بدست می آورند.
- مهارت، دیدگاه و تجربه پیشرفته ای برای انجام تجزیه و تحلیل دقیق بازار و به اشتراک گذاشتن یافته ها با سازمان خود به منظور اتخاذ تصمیمات مهم در مورد ارائه محصول و یا خدمات به دست می آورید
- کاشف پتانسیل و اعتبار و تسهیل فرصت های اضافی برای رشد و پیشرفت سازمان میشوید.
- این دوره افزایش دانش و تجربه برای مشارکت در ایجاد آگاهی در مورد سازمان و محصولات یا خدمات ارائه شده آن را برای شما به ارمغان دارد ، که در نتیجه به برندسازی مثبت و جلب مشتری کمک می کند.
- دارای درک بیشتر و قرار گرفتن در معرض انجام تجزیه و تحلیل های دقیق از بازار به منظور شناسایی تقاضای مشتری یا ایجاد تقاضای مشتری برای بهینه سازی فروش برای یک محصول و یا خدمات خاص را کسب میکنید.
- افزایش اعتماد به نفس و دانش برای کار با ابزارهای بازاریابی پیشرفته، برای تعریف و برآورده کردن اهداف بازاریابی استراتژیک برای سازمان را به دست می آورید، که در نتیجه به موفقیت و توسعه سازمان و کسب و کار شما کمک می کند.
- افزایش اعتماد به نفس برای برنامه ریزی کمپین ها و سایر برنامه های مرتبط برای ایجاد روابط طولانی مدت با مشتری با سازمان خود را خواهید تجربه کرد.
- مهارت و توانایی تقویت شده برای عملکرد یا مشارکت در فعالیت ها و برنامه های بازاریابی در هر سازمان یا صنعت با به دست می آورید ، که باعث میشود راه های رشد و پیشرفت ، فراتر از سازمان را افزایش می دهد.

مزایای سازمانی

سازمان هایی که متخصصان آنها این دوره آموزشی استراتژی بازاریابی و برنامه ریزی را انجام می دهند به مزایای زیر بهره مند می شوند:

- کارکنان باتجربه با دانش کامل در مورد برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی خواهید داشت.
- استراتژی های بازاریابی قوی، روشن و خوش فکر به دلیل افراد با تجربه که این استراتژی ها را طراحی می کنند خواهید داشت.
- اهداف بازاریابی شما و برنامه های توسعه محصول شما به خوبی با تقاضا و نیاز مشتری مطابقت پیدا خواهد کرد.
- مدیریت بودجه و مالی خوب را آموزش و تمرین میکنید.
- رشد و توسعه سازمانی و افزایش کسب و کار در نتیجه توسعه متمرکز و کارآمد محصول مطابق با نیازهای مشتری را آموزش و تمرین میکنید.
- رضایت بیشتر مشتری به دلیل درک بهتر نیازهای مشتری را تجربه میکنید.
- برندسازی بهتر سازمانی و کسب و کار را آموخته و درک میکنید.

- برنامه ها و طرح های بهینه ارتباط با مشتری را تجربه و آموزش میبینید.
- روابط موفق و طولانی مدت با مشتری از طریق برنامه ها و کمپین های وفاداری را آموزش میبینید.
- تجزیه و تحلیل دقیق بازار و مشتری برای اصلاح محصولات و یا خدمات موجود یا ایجاد محصولات و یا خدمات جدید را کسب میکنید.

فهرست محتوا و ترتیب ارائه درس:

دوره آموزشی استراتژی بازاریابی و برنامه ریزی موضوعات زیر را پوشش می دهد که برای درک برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی مهم است:

ماژول ۱ – توابع بازاریابی

کانال های توزیع

تامین مالی یک شرکت

تحقیقات بازار

تعیین قیمت ها

مدیریت محصول و خدمات

کانال های تبلیغاتی

تطبیق محصولات با مشتریان

ماژول ۲ – اهمیت استراتژی بازاریابی

ساده سازی توسعه محصول

تعیین قیمت بهینه

ایجاد توزیع موثر

کمک به ارتباطات بازاریابی

تأثیر سازمانی دارد

ماژول ۳ – مزایای یک استراتژی بازاریابی

ارتقای کسب و کار به مخاطبان هدف

درک خوب مشتری

برند تجاری خوب

ماژول ۴ – معایب یک استراتژی بازاریابی

هزینه های بازاریابی

زمان و تلاش نتیجه نمی دهد

رویکرد بازاریابی محدود در بازار مشتری پویا

ماژول ۵ – فعالیت در استراتژی های بازاریابی

تعیین نیاز مشتری از طریق تجزیه و تحلیل

اصلاح محصولات موجود/ایجاد محصولات جدید

تعیین بهترین راه برای دستیابی به مشتریان بالقوه

ایجاد کمپین های بازاریابی

ایجاد روابط با مشتری از طریق کمپین های فروش بعدی و برنامه های وفاداری

ماژول ۶ – مراحل برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی

تحلیل موقعیت

تعریف مشتری ایده آل

تعیین اهداف بازاریابی

انتخاب ابزار بازاریابی

تصمیم گیری و رسیدگی به بودجه و بودجه

ماژول ۷ - مراحل فرآیند بازاریابی استراتژیک

برنامه ریزی

پیاده سازی

کنترل کنید

ماژول ۸ - عوامل لازم برای یک مرحله اجرای موفق

حقایق

ویژگی ها

نیازها

عناصر

دام

ماژول ۹ - استراتژی های ایجاد آگاهی/خواستن مشتری

کمبود را نشان دهد

ایجاد پیوند بین مشتری و محصول

از طریق رسانه های اجتماعی تعامل کنید

روش آموزش:

آموزش این دوره به گونه ای برنامه ریزی و طراحی شده است که برای مخاطبان آموزشی با هر سابقه یا تجربه ای مناسب باشد. بنابراین، قبل از هر جلسه آموزشی، محتوا به طور کامل بررسی می شود و سطح آموزش و رضایت کلاس نیز بررسی میشود تا اطمینان حاصل شود که آموزش ارتباط نزدیکی دارد و با مسئولیت فعلی مخاطب در محل کار مرتبط است.

دوره آموزشی فوق از به روز ترین و کاربردی ترین روشها و نظریه های متخصصین از حوزه مربوطه ارائه می شود. دانشجویان همچنین از طریق فعالیت های گروهی، چالشها و همچنین نقش آفرینی و بحث های مطالعه موردی در آموزش شرکت می کنند. علاوه بر این، دانشجویان تشویق می شوند تا تجربیات مرتبط خود را در محل کار به اشتراک بگذارند تا بحث بیشتر در مورد موضوع آموزشی ایجاد شود.

شرایط اجرا:

امکانات آموزشی بخش:

سالن سخنرانی، وسایل و تجهیزات کمک آموزشی (اینترنت، لب تاپ، نمایشگر lcd، پروژکتور، برگه های پرسش و پاسخ، فرمهای ارزیابی کلاس و...)

ارزشیابی:

ارزشیابی بصورت کتبی است. که بخشی بیشتر از آن بصورت حضور فعال در بحث های گروهی کلاس، مطالعه منابع مربوط به بحث قبل از حضور در کلاس می باشد.

آزمون کتبی که در پایان دوره بصورت سئوالات چهار گزینه ای- تشریحی است و پروژه بنا بر نیاز و طرح هریک از دانشجویان نسبت به شرکت و یا کسب و کار خود تعریف میگردد و مدت ۱۰ روزه پس از تأیید پروپوزال برای ارائه زمان دارد.

کلیه پروژه ها در کارگاه گروهی ۱ الی ۲ روزه براساس جمعت شرکت کنندگان دوره، در حضور کلیه دانشجویان بازخوانی، رفع ایراد و ارزیابی میگردد.

نحوه محاسبه نمره کل:

آزمون کتبی ۲۰٪ نمره کل

حضور فعال و شرکت در بحث ۳۰٪ نمره کل

پروژه: ۵۰٪ نمره کل

مقررات:

1-حداقل نمره قبولی از ۱۰۰ نمره ۷۰ می باشد.

2-تعداد دفعات مجاز غیبت موجه در کلاس ۴ جلسه می باشد در صورت بیشتر شدن تعداد غیبت ها از نمره نهایی ۳۰٪ حضور فعال و شرکت در بحث کسر خواهد شد.

در صورت موجه بودن غیبت مربوطه، دانشجو دانشجو جهت بهره مندی از نمره ۳۰٪ مشمول لکچر و ارائه تحقیق حضوری در کلاس خواهد شد.



STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT

(Strategic marketing and sales design)

General characteristics of the course



Degree: Advanced (Master's degree-phd)

Course structure: analytical, applied

Education level: Superspecialized



Duration of the course: (3 months-35 hours)

Prerequisite: strategic management,

marketing and sales courses and sciences



To get the course plan
Scan the QR code above



0098.9022722902



kbcc_ir



ceo@kbcc.ir
m.mazrouei.co@gmail.com



www.kbcc.ir



mohammad-mazrouei-984878210



Course instructor:
Mohammad Mazrouei