

پیشنیاز: ندارد	واحد نظری: ۳ واحد عملی: ۰	تعداد واحد: ۳ تعداد ساعت: ۴۸	نوع درس: تخصصی	عنوان درس به فارسی: بازاریابی و زنجیره عرضه محصولات کشاورزی عنوان درس به انگلیسی: Marketing and supply chain of agricultural products
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>				

هدف درس:

آشنایی با مباحث بازاریابی و اصول زنجیره عرضه و فرایندهای مختلف سیستم تامین و توانمندسازی دانشجویان در رابطه با تکنیکها و روشهای طراحی و فرایندهای مدیریت تامین، توزیع کالا و بازاریابی

رئوس مطالب:

اهداف نظام بازاریابی: نقش بازاریابی در سیستم تجاری (Role of marketing in the Agribusiness System) مروری بر مفاهیم بازاریابی مواد غذایی، سیستم بازاریابی (تولید و بازاریابی، مصرف و بازاریابی، صنایع تامین کننده مواد اولیه و تولید محصولات کشاورزی، فرآوری محصولات کشاورزی، نقش خرده فروش و عمده فروش در سیستم بازاریابی)، بازاریابی اینترنتی و آشنایی با روشهای نقش نهادهای بازاریابی: تعاونی ها و سازمان استاندارد کالا، تبلیغات و بسته بندی در بازاریابی کالا و نهاده ها - تعریف و مفاهیم زنجیره، اهداف زنجیره، اهمیت و جایگاه زنجیره در اقتصاد کشور، سیر تحول مدیریت زنجیره در جهان، نقش تکنولوژی اطلاعات در مدیریت زنجیره، تاثیر جهانی شدن اقتصاد و تجارت بر زنجیره جهانی عرضه، مدیریت کانالهای توزیع در زنجیره، اثر شلاقی (bull whip effect) در زنجیره، دلائل بوجود آمدن اثر شلاقی، راهکارهای کاهش اثر شلاقی، مدیریت ریسک در زنجیره عرضه، ارزیابی کارایی زنجیره عرضه، کاربرد پیش بینی عرضه و تقاضا با استفاده از روشهای اقتصادسنجی در مدیریت زنجیره، مدیریت درآمد و هزینه در زنجیره، تاثیر اقتصاد مقیاس بنگاههای اقتصادی بر عملکرد اقتصادی تامین زنجیره - اهداف ذخیره سازی، آشنایی با مدل مقدار سفارش اقتصادی (EOQ) تعیین مقدار بهینه ذخیره سازی، بررسی تاثیر هزینه های ذخیره سازی بر مقدار بهینه ذخیره کالا، تاثیر نوسان تقاضا بر مقدار ذخیره بهینه - ارائه الگوی حمل و نقل و طراحی شبکه حمل و نقل، مدیریت حمل و نقل در زنجیره و برنامه ریزی و زمانبندی ارسال کالا در زنجیره، کاربرد روشهای غیر پارامتریک مانند:

Dynamic programming, Linear programming, goal programming, mixed integer programming, multiple criteria decision model, Fuzzy linear and nonlinear programming,

و غیره در مدیریت زنجیره عرضه کالا و مدیریت حمل و نقل - ارائه پروژه کلاسی در زمینه مدیریت زنجیره عرضه و استفاده از روشهای غیر پارامتریک و پارامتریک در بخش کشاورزی و صنایع غذایی

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
٪۱۰	٪۳۰	آزمون های نوشتاری (٪۳۰)	٪۳۰
—	—	عملکردی	—

منابع:

1. Chopra and P. Meindl (2006). Supply chain management; strategy, planning and Operation (third edition).
2. Edward A. Silver, David F. Pyke and Rein Peterson. (2000). Inventory management and production and Scheduling.
3. David simchi, Levi et al., (2003). Designing and managing the supply chain: concepts, strategies, and test studies, second edition, MC Graw Hill.
4. Jeremy F. Shapiro, (2001). Modeling the supply Chain, Duxbury.
5. Edward A. Silver et at, (1998). Inventory Management and production planning and scheduling (third edition). John wiley.