

S01	Branding و Brand	558	Q08	خطاهای اندازه گیری در فعالیت های پژوهشی	535
S02	QFD یا رویکرد مشتری مدار به طراحی و بهبود کیفیت	559	Q09	خلاقیت نوآوری و کارآفرینی در سازمانها	536
S03	آسیب شناسی بازاریابی	560	Q10	خودکارسازی، فن آوری اشتغال زا	537
S04	آشنایی با اصول ارتباطات انسانی و سازمانی با گرایش مشتری گرایی	561	Q11	دانش مدیریت در واحد D&R	538
S05	آشنایی با اصول ارتباطات انسانی و سازمانی با گرایش مشتری گرایی	562	Q12	راه کارهای تقویت توان نوآوری و کارآفرینی در افراد	539
S06	ارتباطات یک پارچه بازاریابی ( IMC )	563	Q13	راهکارهای تقویت کارآفرینی	540
S07	ارزیابی طرح ها از دیدگاه اقتصادی و بازرگانی	564	Q14	روش تحقیق در فعالیتهای مدیریتی و مهندسی	541
S08	ارزیابی و تحلیل چک لیست ارزیابی یک بنگاه اقتصادی	565	Q15	کارآفرینی و توسعه منابع انسانی	542
S09	ارزیابی و تعیین حد رضایت مشتری C.S.M	566	Q16	مبانی نوآوری و خلاقیت	543
S10	استراتژی های مشتری مداری و تکنیک های جلب رضایت مشتری	567	Q17	مدیریت منابع انسانی در واحد D&R	544
S11	استراتژی های ورود به بازارهای جهانی و الزامات WTO	568	Q18	مدیریت و کنترل پروژه های تحقیقاتی	545
S12	استراتژی های ورود به بازارهای رقابتی	569	Q19	نقش واحد D&R در شرکتهای صنعتی	546
S13	اصول رتبه بندی شرکت ها ( Ranking )	570	R01	استراتژی و راه کارهای ورود به سازمان تجارت جهان	547
S14	اصول و روش های انتخاب نماینده فروش	571	R02	استراتژی های ورود به بازارهای رقابتی بین المللی	548
S15	اصول و فنون فروش معاصر	572	R03	باز سازی در راستای اقتصاد جهانی	549
S17	اصول و مبانی مدیریت شبکه های توزیع و سازمان های بخش	574	R04	بازاریابی صادرات ، ضرورتی اجتناب ناپذیر برای رقابت در بازارهای آینده	550
S18	اصول و مفاهیم کلان بازاریابی	575	R05	تجهیز شدن برای چالشهای فراروی سازمانها در دهه اول سال ۲۰۰۰	551
S19	انتخاب استراتژی مناسب بازاریابی در بنگاه های اقتصادی ایران	576	R06	رشد و توسعه نیروی کار در مواجهه با چالش های پس از سال ۲۰۰۰	552
S20	ایفای نقش ( Role plying ) در فروش کالاها و خدمات	577	R07	سمت گیری آموزش منابع انسانی برای تطابق با دگرگونی های ناشی از انقلاب اطلاعات، فناوری	553
S21	بازاریابی ، ضرورتی اجتناب ناپذیر برای رقابت در آینده	578	R08	شکل گیری سازمانهای جدید به موازات جهانی شدن	554
S22	بازاریابی آینده یا چالش اصلی مدیران ارشد و استراتژیست ها	579	R09	صنایع باجه تمهیداتی به تجارت جهانی می پیوندند	555
S23	بازاریابی ارتباطی	580	R10	نیازمندی های سیستمی در پیوستن به تجارت جهانی	556
S24	بازاریابی ارتباطی + بازاریابی تهاجمی برای تضمین سود آوری فعالیت ها	581	R11	نیازمندی های سیستمی و ساختاری صنعت و سازمان های اقتصادی برای ورود به تولید جهانی	557
S48	جنبه های کاربردی و آخرین نظرات پرفسور کانلر در بازاریابی	605	S25	بازاریابی جهانی	582

S49	جهانی شدن بازارها و روشهای مناسب ورود کالاهای ایرانی به بازارهای بین المللی	606	S26	بازاریابی خدمات	583
S50	جهانی شدن و بازاریابی جهانی در شرایط رقابت بین المللی و WTO	607	S27	بازاریابی خدمات بانکی	584
S51	چالش های D&R از دیدگاه بازاریابی	608	S28	بازاریابی ریشه ای ( Radical Marketing ) در آستانه قرن ۲۱	585
S52	چگونه بازار های جهانی را تسخیر کنیم ؟	609	S29	بازاریابی محصولات کشاورزی	586
S53	چگونه تبلیغات تجاری مؤثر و هدفمند را از تبلیغات تجاری بی هدف و فریبنده تمیز دهیم ؟	610	S30	بازاریابی ناب ، فروش ناب	587
S54	چگونه طرح شغلی ( Business plan ) خود را تهیه کنیم ؟	611	S31	بازاریابی و صادرات محصولات جهانی	588
S55	چگونه عملیات فروش و بازاریابی خود را طراحی ، اجرا و کنترل کنیم ؟	612	S32	بررسی رموز موفقیت یا عدم موفقیت در تبلیغات تجاری	589
S56	چگونه یک Campaign تبلیغاتی را بنویسیم و آنرا اجرا کنیم ؟	613	S33	بررسی علل کاهش سهم بازار و ارائه راهکارهای بهبود افزایش آن	590
S57	خدمات پس از فروش	614	S34	بررسی و تجزیه و تحلیل قیمت گذاری محصولات صنعتی	591
S58	دوره آموزشی تبلیغات وبسته بندی	615	S35	بنگاه های کوچک و متوسط ( SME ) پیوستن به WTO	592
S59	راهکارهای ایجاد ، توسعه و بهبود روش های بازاریابی بیمه مسئولیت	616	S36	بهره وری	593
S60	رفتار مصرف کنندنده ( Consumer behavior )	617	S37	پانولوژی بازاریابی و راه های برون رفت از بحران	594
S61	رقابت پذیری ، رمز موفقیت در محیط رقابتی	618	S38	تبلیغات صنعتی	595
S62	رقابت و رقابت پذیری ، کلید سود آوری شرکت ها	619	S39	تبلیغات و روابط عمومی	596
S63	روان شناسی بازار	620	S40	تحول در بازار و مشتری	597
S64	روشهای جلب رضایت مشتری و ایجاد انگیزه در خریداران	621	S41	تفکر ناب ، تولید ناب و بازاریابی	598
S65	روشهای جلب رضایت مشتری و ایجاد انگیزه در خریداران	622	S42	تکنیک های افزایش فروش و سهم بازار	599
S66	شیوه های برگزاری نمایشگاه ها و نقش آن در معرفی و پیشبرد فروش	623	S43	تکنیک های افزایش فروش	600
S67	شیوه های نوین بازاریابی	624	S44	تنظیم بودجه عملیاتی فروش و بازاریابی	601
S68	طراحی استراتژی و برنامه ریزی فروش	625	S45	توزیع و فروش	602
S69	طراحی استراتژی و برنامه ریزی های فروش و بازاریابی صادراتی + حل کیس ( Case )	626	S46	تهیه طرح های بازاریابی با نگرش به آثار و امواج جهانی شدن و WTO	603
S70	طرح تکريم مردم و ارباب رجوع و مفاهيم چالش هاو پیامدها	627	S47	جامع صادرات و WTO	604
S80	مدیریت امور فروشگاهی و خرده فروشی ( Merchandising )	637	S71	فروش حضوری ( Personal Selling )	628
S81	مدیریت بازار در محیط های رقابتی با الگو برداری از بهترین ها	638	S72	فروش و بازاریابی محصولات معدنی با تاکید بر مورد سنگ های تزئینی و نما	629

S82	مدیریت تحول در بازار وامور مشتریان	639	S73	قیمت گذاری و هزینه یابی از دیدگاه بازاریابی ( چالش همیشگی بین مدیران مالی و بازاریابی )	630
S83	مدیریت فروش با تاکید بر مهارت های مدیران	640	S74	کاربرد اصول و مفاهیم مدیریت عمومی	631
S84	مدیریت فروش با تاکید بر برنامه ریزی ، مهارت های مدیران ، رضایت مشتری و ارتباطات	641	S75	کارشناسی روابط عمومی از دودیدگاه سازمان و مشتری	632
S85	مدیریت فروش با تاکید بر برنامه ریزی ، مهارت های مدیران ، رضایت مشتری و ارتباطات	642	S76	کارشناسی روابط عمومی از دودیدگاه سازمان و مشتری	633
S86	مزیت نسبی و مزیت رقابتی و تعیین اولویت صنایع در سرمایه گذاری	643	S77	کارگاه آموزشی قضایای بازاریابی ( Case Study )	634
S87	مشتری گرایی و روش های جلب رضایت مشتری با تاکید بر مشکلات فروش	644	S78	کارگاه فروشنده گی	635
			S79	مدیریت استراتژیک ، طراحی استراتژی های بازار	636