



دانشکده مدیریت



2nd Conference On

Marketing Management

www.MarketingManagement.ir

دومین کنفرانس

مدیریت بازاریابی

محورها:

- مدیریت یکپارچه ارتباطات بازاریابی (IMC) و کمپین های تبلیغاتی
- رفتار مصرف کننده، روانشناسی و جامعه شناسی تبلیغات
- پیام، خلاقیت و ایده پردازی در تبلیغات
- بودجه بندی تبلیغات
- مدیریت رسانه های تبلیغاتی (محیطی، چاپی و ...)
- تبلیغات دیجیتال / الکترونیکی (اینترنت، موبایل، شبکه های اجتماعی، گیمیفیکیشن و ...)
- ارزیابی اثربخشی تبلیغات
- کاربرد علوم شناختی در تبلیغات (نورومارکتینگ)
- تبلیغات سیاسی، فرهنگی و مذهبی
- تبلیغات در نقطه فروش (POP)، مرچندایزینگ
- تبلیغات و مسئولیت های اجتماعی

بامحوریت مدیریت تبلیغات

به همراه جشنواره تبلیغات خلاق

۳ و ۴ اسفند ماه ۱۳۹۵ - دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

با ارائه مدرک از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران



تلفن دبیرخانه:

۸۸۸۲۲۹۹۰۱-۸۸۲۲۰۵۳۷