

سمینار در مسائل بازاریابی

مولفین:

دکتر میرزا حسن حسینی

هومن درخشانیان

(دانشجوی دکتری دانشگاه پیام نور)

سرشناسه	:	حسینی، میرزا حسن، ۱۳۳۹ -
عنوان و نام پدیدآور	:	سمینار در مسائل بازاریابی/میرزا حسن حسینی، هومن درخشانیان.
مشخصات نشر	:	تهران: پاساد، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	:	۱۱۰ ص.
شابک	:	۷۰۰۰ ریال ۹۷۸۸-۶۰۰-۹۲۳۱۰-۹۰۵
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۱۰۹-۱۱۰.
موضوع	:	بازاریابی
موضوع	:	بازارشناسی -- روش‌شناسی
شناسه افزوده	:	درخشانیان، هومن، ۱۳۵۰ -
رده بندی کنگره	:	۱۲۹۱۲/۵۲۱۵HF ۸س۵ح/
رده بندی دیویی	:	۸۳/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۲۹۲۵۶۵۵

نام کتاب: سمینار در مسائل بازاریابی

مؤلفین: دکتر میرزا حسن حسینی- هومن درخشانیان

ناشر: پاساد

سال چاپ: ۱۳۹۱ نوبت اول

قیمت: ۷۰۰۰ تومان

تلفن: ۰۹۱۹۶۲۲۵۷۴۶-۲۲۸۷۰۵۱۹

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

شابک | ۹۷۸-۶۰۰-۹۲۳۱۰-۵-۹

قطع کتاب: وزیری

فهرست :

بخش اول:

فصل اول

۵	روش ها و تکنیک های جستجو اطلاعات در اینترنت
۷	رهنمودهایی برای جستجوی موفق در موتورهای جستجو گر
۱۵	معرفی چند موتور جستجو گر عام
۱۷	آموزش روش جستجو در گوگل
۱۸	انواع جستجو
۲۳	خودآزمایی

فصل دوم

۲۶	اصول سخنرانی و ارائه سمینار
۲۸	سخنرانی اثربخش
۳۳	سازمان دهی اطلاعات
۳۴	تکنیک های آمادگی برای سخنرانی
۳۷	بایدها و نبایدها
۴۱	خودآزمایی

فصل سوم

۴۳	فرازهایی از دیدگاه اسلام در رابطه با بازار و مسائل مرتبط با آن
۴۵	تعریف بازار از دیدگاه اسلام
۴۵	مناهی در بازار
۵۲	اهمیت کسب و کار حلال
۵۲	مصادیق کسب درآمد حرام
۵۷	غش در معامله
۵۸	اصول مشتری مداری در اسلام

۵۸	رفتار و اخلاق برخورد با مشتری
۶۳	خودآزمایی
	فصل چهارم:
۶۵	تحقیقات بازار و سیستم های بازاریابی
۶۷	مقدمه
۶۷	بازاریابی
۶۹	روابط بین المللی
۷۰	مشکلات تحقیقات بازاریابی در کشورهای مختلف
۷۲	مروری بر مفاهیم روش تحقیق و تحقیقات بازاریابی
۷۲	سیستم های اطلاعات بازاریابی
۷۴	فرآیند تحقیقات بازار
۷۸	تحقیقات بازاریابی در داخل و خارج سازمان
۸۱	خودآزمایی
	فصل پنجم
۸۳	عناصر و ساختار گزارش تحقیق
۸۸	شیوه استفاده از آثار دیگران
۹۲	تهیه و تنظیم گزارش علمی
۹۳	تهیه و تنظیم یک مقاله علمی - ترویجی
۹۵	تهیه و تنظیم یک مقاله علمی - پژوهشی
۹۹	خودآزمایی
	فصل ششم:
۱۰۱	یک نمونه از گزارش تحقیق (مقاله حاصل از تحقیق)
۱۲۱	پاسخنامه
۱۲۲	منابع و مآخذ

یکی از ارکان نظام آموزشی در دانشگاه ها، اصل پژوهش است که اجرای دقیق آن موجب نهادینه شدن مطالب و درک عمیق آنها خواهد شد. یک کارشناس رشته مدیریت بازاریابی باید علاوه بر برخوردار بودن از توانایی تحقیق هر کدام از سر فصل های مرتبط با علم بازاریابی، قادر به بیان مؤثر و شیوای نتایج تحقیق خود برای دیگران نیز باشد زیرا قدرت کلام و ارائه مطلب یکی از شاخص های مهم در بازاریابی توانایی های یک بازاریاب است که باید با آموزش صحیح و تمرین و ممارست به آن دست یافت.

جهت به این هدف درس "سمینار در مسائل بازاریابی" در سر فصل دروس رشته مدیریت بازرگانی لحاظ شده است که در این درس دانشجو با راهنمایی استاد مربوطه موضوعی را برای تحقیق انتخاب نموده و پس از انجام تحقیقات لازم در طول ترم در نهایت علاوه بر ارائه مکتوب گزارش تحقیق، نسبت به ارائه شفاهی نتایج تحقیق برای دانشجویان کلاس و اسناد مربوطه کار خود را به پایان می برد و عملاً هم از نظر محتوای تحقیق برای دانشجویان کلاس و هم از نظر توانایی ایراد سخنرانی و ارائه نتایج مورد ارزیابی استاد قرار می گیرد.

کتاب حاضر در راستای همین سیاست به رشته تحریر درآمده است و در آن سعی شده علاوه بر راهنمایی دانشجو در زمینه چگونگی جستجوی اطلاعات، تنظیم گزارش تحقیق، آموزش نکات در سخنرانی و غیره، به صورت خلاصه به بیان پاره‌ای از سر فصل های بازاریابی که می تواند پایه ای برای موضوعات تحقیق باشد نیز پرداخته است که در صورت نیاز به مطالب بیشتر، دانشجویان عزیز می توانند به مراجعه به منابعی که در انتهای این کتاب ذکر شده است از آن بهره مند شوند.

کتاب موجود نقطه شروعی برای استاندارد کردن سر فصل های درس سمینار در مسائل بازاریابی است و پر واضح است که خالی از اشکال نمی باشد لذا از اساتید و صاحب نظران این رشته استدعا داریم ما را در پر بار تر کردن این کتاب یاری فرمایند.

با سپاس

مؤلفان