

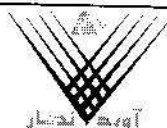
بازاریابی

خلاصه کامل درس و نکات کلیدی

کاظم آرمان پور

انتشارات آویدنگار

سرشناسه : آرمان پور، کاظم
 عنوان و نام پدیدآور : بازاریابی: خلاصه کامل درس و نکات کلیدی/ کاظم آرمان پور
 مشخصات نشر : تهران: آویدنگار ۱۳۹۴.
 مشخصات ظاهری : ۱۴۶ ص.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۶۲۱۶-۳۳-۱ : ۱۲۰۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 موضوع : بازاریابی — راهنمای آموزشی (عالی)
 موضوع : بازاریابی — آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
 موضوع : دانشگاه‌ها و مدارس عالی — ایران — آزمون‌ها
 موضوع : آزمون دوره‌های تحصیلات تکمیلی — ایران
 رده بندی کنگره : ۱۳۹۴ ب ۲ HF۵۴۱۵/۱۴
 رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۰۲
 شماره کتابشناسی ملی : ۳۸۸۷۶۴۸



عنوان: بازاریابی
 مؤلف: کاظم آرمان پور
 ناشر: آویدنگار
 مدیر تولید: لیلا حیدری
 ناظر چاپ و توزیع: سعید آرمان پور
 شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
 نوبت چاپ: اول ۱۳۹۴
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۲۱۶-۳۳-۱

قیمت: ۱۲۰۰۰۰ ریال

تلفن مرکز بخش و توزیع:
 ۶۶۹۳۰۶۳۱-۶۶۵۷۲۱۰۰

کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات آویدنگار می باشد.
 هرگونه چاپ و تکثیر کل یا قسمتی از محتویات اثر به هر صورت اعم از فتوکپی، برداشت به صورت دست
 نویس و غیره بدون اجازه کتبی مرکز نشر جهش ممنوع است و متخلفان به موجب قانون حمایت از ناشران
 تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

یاد خدا آرام بخش قلب است

یکی از راه‌های کمال و تقرب به ذات اقدس الهی، علم و دانش است. علمی که به تعبیر استاد شهید مطهری - زیبایی عقل است؛ علمی که انسان خداجو در آن نشانه‌های معبود را می‌جوید و می‌یابد و علمی که هرچه فرون‌تر می‌گردد، دارنده آن را به خدا نزدیکتر می‌کند.

مرکز نشر جهش در راستای توسعه عدالت آموزش و گسترش دسترسی همه داوطلبان به منابع و سؤال‌های دروس امتحانی در چند سال گذشته اقدامات و تلاش‌هایی را به‌عمل آورده که مورد استقبال و توجه صاحب‌نظران و داوطلبان ذیربط قرار گرفته است. از جمله این اقدامات می‌توان به انتشار کتاب‌های طبقه‌بندی شده که همراه با تشریح کامل دروس و ارائه نکات کلیدی اشاره نمود.

کتاب مزبور مبتنی بر تجربیات چندین ساله در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و به‌خصوص فعالیت‌های مستمر تدریس، تألیف و تحقیق در مؤسسه جهش می‌باشد. لذا بنا در نظر گرفتن نقاط قوت و ضعف داوطلبان تهیه شده است. امید است راهنما و راه‌گشای داوطلبان در کلاس درس دانشگاه و آزمون قرار گیرد.

از دانشجویان و داوطلبان گرامی، اساتید محترم دانشگاه‌ها و صاحب‌نظران ارجمند انتظار داریم نظرات و پیشنهادهای اصلاحی خود را با ذکر دوره یا موارد با این مرکز نشر در میان گذارند تا اقدام لازم برای اعمال اصلاحات مورد نظر آنها به عمل آید.

کاظم آرمان پور

فصل اول :

معرفی بازاریابی ۹

فصل دوم :

برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی ۱۹

فصل سوم :

تحقیقات بازاریابی و سیستم های اطلاعاتی بازاریابی ۳۱

فصل چهارم:

رفتار مصرف کننده ۳۷

فصل پنجم:

عوامل مؤثر در رفتار مصرف کننده ۴۵

فصل ششم :

تقسیم بازار و تعیین بازار هدف ۵۳

فصل هفتم:

محیط بازاریابی ۵۷

فصل هشتم:

مدیریت محصول ۶۷

فصل نهم:

سیستم و مدیریت توزیع ۷۷

فصل دهم :

تعیین قیمت ۸۵

فصل یازدهم :

پیش بینی فروش ۹۵

فصل دوازدهم :

فعالیت های ترفیعی و ترویجی ۱۰۱

فصل سیزدهم:

پیشبرد کالاها ۱۰۹

فصل چهاردهم :

استراتژی کالا و خدمات ۱۲۱

فصل پانزدهم:

بازاریابی خدمات، سازمان ها، اشخاص، مکان ها و عقاید ۱۳۱

فصل شانزدهم:

انواع بازاریابی ۱۳۷

فصل هفدهم:

بازاریابی بین الملل ۱۴۱