



۲۰۸۱۹۴۴

کتابخانه ملی ایران

مجموعه‌ی مدیریت بازرگانی و راهبردی

(دروس تخصصی رشته مدیریت بازرگانی)

مؤلفان:

حسین صفرزاده

(دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز)

نیره وهاب پور

(مدرس دانشگاه علمی کاربردی واحد تهران)

سرشناسه	: وهاب پور، نیره،
عنوان و نام پدیدآور	: کتاب دکترای مدیریت بازرگانی و راهبردی/نویسنده نیره وهاب پور، حسین صفرزاده
مشخصات نشر	: تهران: آوینا قلم، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۲۹۰، مصور، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۶۶۲-۱-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: بازاریابی — مدیریت — راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	: (Marketing -- Management -- Study and teaching (Higher
موضوع	: بازاریابی — مدیریت — آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
موضوع	: (Marketing, Management, Examinations, questions, etc. (Higher
موضوع	: بازرگانی — مدیریت — راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	: (Commerce -- Management -- Study and teaching (Higher
موضوع	: بازاریابی — مدیریت — آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
موضوع	: Commerce -- Management -- Examination questions, etc.
موضوع	: برنامه‌ریزی راهبردی Strategic planning
موضوع	: بازاریابی صنعتی — راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	: (Industrial marketing -- Study and teaching (Higher
موضوع	: بازاریابی صنعتی — آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
موضوع	: (Industrial marketing -- Examinations questions, etc. (Higher
رده بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۱۳/۹۲ک۲ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۰۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۴۸۱۶۹

نام کتاب: مجموعه‌ی مدیریت بازرگانی و راهبردی، نیره وهاب پور، حسین صفرزاده

ناشر: انتشارات آوینا قلم

مدیر مسئول: نیره وهاب پور

سال نشر: ۱۳۹۸، نوبت چاپ: اول

شمارگان: ۱۰۰، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۶۶۲-۱-۹

قیمت: ۵۹۵۰۰۰ ریال

آدرس: میدان انقلاب اسلامی خ کارگر جنوبی خ وحید نظری ساختمان نادرب ۳۲۰ واحد اول تلفن ۶۶۵۷۴۰۴۳

توجه: کلیه حقوق این اثر برای نویسندگان محفوظ است و هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و برداشت تمام یا قسمتی از اثر را به صورت چاپ، فتوکپی جزء و حتی دست‌نویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده ۲ قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قرار می‌گیرد.

مقدمه مولفان

"ارزش هر فرد به اندازه‌ی همت اوست. امام علی(ع)"

از آنجا که مطالعه‌ی تمام کتاب‌های موجود گرایش‌های مدیریت جهت آمادگی برای آزمون دکتری سر به ده‌ها جلد کتاب می‌زند و برای داوطلبان معمولاً بسیار وقت‌گیر است یا امکان‌پذیر نمیباشد؛ کتاب مزبور به صورت شرح خلاصه دروس و نکات برتر و همچنین آزمون‌های سال‌های قبل ارائه شده است. دانشجویان می‌توانند به جای مطالعه‌ی بزرگ کتاب مختلف، کتاب پیش‌رو را چندین بار مطالعه کنند؛ بدین‌وسیله در زمان و هزینه خود صرفه‌جویی نمایند. این کتاب با رویکردی جدید اقدام به معرفی تست‌های پرتکرار نموده و مطالب مهم را در قالب نکات برتر معرفی کرده و با نگارشی متفاوت به ارائه‌ی شرح درس پرداخته؛ همچنین برای درک بهتر شرح درس تست‌های آزمون‌ها، ادوار گذشته با پاسخ تشریحی گردآوری شده است.

با توجه به این‌که هیچ‌کس بدو نیکال و ایراد نیست، از همه‌ی خوانندگان عزیز خواهشمندم، کاستی‌ها را بخشیده و با تذکر اشکالات علمی و تایپی کتاب، ما را در رفع این اشکالات در چاپ‌های بعدی یاری نمایند. در آخر از تمامی عزیزانی که ما را در نشر این کتاب یاری نموده‌اند؛ تشکر و قدردانی می‌نمایم.

حسین صفرزاده

نیره وهاب پور

فهرست مطالب

۱	بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته.....
۲	توسعه رویکرد راهبردی در بازاریابی.....
۱۷	برنامه‌ریزی استراتژیک و نقش بازاریابی در سازمان.....
۳۰	فرآیند تحقیقات بازاریابی.....
۳۸	عوامل مؤثر در رفتار مصرف‌کننده.....
۶۳	تقسیم بازار، هدف‌گیری و تعیین جایگاه در بازار.....
۹۶	شیوه‌های عمومی قیمت‌گذاری.....
۱۳۹	برنامه‌ریزی بازاریابی.....
۱۴۳	مفاهیم اساسی در بازاریابی بین‌المللی.....
۱۷۱	مدیریت استراتژیک پیشرفته.....
۱۷۲	ماهیت و ارزش مدیریت استراتژیک.....
۱۸۸	اهداف سازمان و برنامه‌ریزی استراتژیک.....
۱۹۹	استراتژی ارزش‌ها و رفتار سازمانی.....
۲۲۲	تشخیص عوامل استراتژیک خارجی.....
۲۳۰	پایداری و ماندگاری مزیت رقابتی.....
۲۳۵	تجزیه و تحلیل محیط داخلی شرکت.....
۲۵۷	نهادینه سازی استراتژی.....
۲۶۴	ماهیت و بررسی و انتخاب استراتژی.....
۲۷۴	روش جنرال الکتریک.....
۲۷۹	اجرای استراتژی.....
۲۸۲	ایجاد فرهنگ پشتیبان از استراتژی.....
۲۸۵	طراحی سیستم کنترل استراتژیک.....
•	سوالات طبقه‌بندی شده‌ی دکتری متناسب با محتوا و عناوین.....
•	سوالات تالیفی و شبیه سازی دکتری متناسب با محتوا و عناوین.....