

بازار شناسی

مؤلفان

دکتر علیرضا بزرگ زاده

حمید قدردان

سرشناسه	:	بزرگ‌زاده، علیرضا، ۱۳۵۱ -
عنوان و نام پدیدآور	:	بازارشناسی/مولفان علیرضا بزرگ‌زاده، حمید قدردان.
مشخصات نشر	:	تهران: فرهنگ سبز، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	:	۱۴۴ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	:	۳۵۰۰۰ ریال: ۷-۱۱-۶۳۵۱-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	بازارشناسی
موضوع	:	مشتري شناسی
موضوع	:	موفقیت در کسب و کار
شناسه افزوده	:	قدردان، حمید، ۱۳۵۱ -
رده‌بندی کنگره	:	۱۳۹۱ ب۲/ب۴/۲/۵۴۱۵ HF
رده‌بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۳
شماره کتاب‌شناسی ملی	:	۲۸۸۴۹۸

انتشارات
فرهنگ سبز

نام کتاب: بازارشناسی
مؤلفان: دکتر علیرضا بزرگ‌زاده و حمید قدردان
صفحه‌آرا: مهدیه‌السادات بهشتی مقدم
طراح جلد: خیرالله اصغری
نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۱
شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه
ناشر: انتشارات فرهنگ سبز
چاپ و صحافی: هنر سرزمین سبز
شابک: 978-600-6351-11-7
قیمت: ۳۵۰۰۰ ریال

حق چاپ محفوظ و در اختیار انتشارات فرهنگ سبز می‌باشد.

دفتر مرکزی: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه چهارم، پلاک ۱۰، طبقه دوم ۸۸۵۱۳۱۸۹
مرکز پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان اردیبهشت، کوچه نوروز، پلاک ۲۷، طبقه سوم، پخش ایده‌پرداز ۶۶۴۸۷۱۲۴
نشانی اینترنتی: www.farhangesabz.ir

فهرست

۱۳	۱. مقدمه
۱۵	۱-۱- تعریف بازار و انواع آن
۲۰	۱-۲- بازار مصرف کننده
۲۰	۱-۳- بازار کالاهای صنعتی
۲۱	۱-۴- بازار واسطه
۲۱	۱-۵- بازار بین‌المللی
۲۲	۲-۶- بازار خرید دولتی
۲۳	۱-۷- تعریف شناخت بازار
۲۴	۱-۸- تعریف بازاریابی
۲۸	۱-۹- بازارشناسی
۲۸	۱-۱۰- تعریف بازارسازی
۲۹	۱-۱۱- تعریف بازار داری
۳۰	۱-۱۲- اصول و مبنای تحقیقات بازاریابی
۳۷	۲. بررسی عناصر اصلی طرح بازاریابی
۳۷	۲-۱- بازار هدف
۳۹	۲-۲- رقابت
۴۴	۲-۳- روش‌های توزیع

- ۴-۲- تبلیغات..... ۴۷
- ۴-۵- قیمت‌گذاری..... ۵۲
- ۴-۶- طراحی محصول..... ۵۳
- ۴-۷- زمان‌بندی ورود به بازار..... ۵۴
- ۴-۸- مکان..... ۵۴
- ۴-۹- روندهای صنعت..... ۵۴
- ۴-۱۰- چرخه عمر محصول..... ۵۶
۳. نقش و موقعیت بنگاه اقتصادی در بازار (شناخت خود)..... ۶۳
- ۳-۱- نقش و موقعیت بنگاه اقتصادی در بازار..... ۶۳
- ۳-۲- تعیین میزان سهم بنگاه اقتصادی در بازار..... ۶۶
- ۳-۳- کیفیت خدمات در بازار..... ۶۹
- ۳-۴- تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای شرکت..... ۷۵
۴. بررسی فرآیند جلب مشتری..... ۹۵
- ۴-۱- شناسایی انتظارات مشتری..... ۹۶
- ۴-۲- طراحی کالا و خدمات براساس نیازها و انتظارات مشتری..... ۹۹
- ۴-۳- تولید و تحویل..... ۹۹
- ۴-۴- مدیریت انتظارات مشتری..... ۱۰۰
- ۴-۵- سنجش رضایت مشتری..... ۱۰۱
- ۴-۶- مدیریت شکایات مشتریان..... ۱۰۲
- ۴-۷- شناخت واسطه‌ها در بازار..... ۱۰۵
۵. شناخت رقبا..... ۱۱۳

- ۱-۵- رقیب‌گرایی..... ۱۱۴
- ۲-۵- تجزیه و تحلیل موقعیت رقبا و استراتژی‌های مقابله با آنها..... ۱۱۴
- ۳-۵- تعیین جایگاه رقابتی..... ۱۱۵
۶. شناخت محیط و عوامل محیطی..... ۱۱۹
- ۱-۶- روندهای عام جهانی تأثیرگذار بر فعالیت‌های کسب و کار..... ۱۲۰
- ۲-۶- روندهای خاص جهانی تأثیرگذار بر فعالیت‌های کسب و کار..... ۱۲۵
- ۳-۶- ارزیابی محیط کسب و کار با مدل PEST..... ۱۳۴
- منابع..... ۱۴۳