

مقدمه ای بر

اصول بازرگانی

تالیف: مهدی کمالی سعید

سر شناسه	: کمالی سعید، مهدی، ۱۳۵۸-
عنوان و نام پدیدآور	: مقدمه‌ای بر اصول بازرگانی (بر اساس سرفصل مصوب دانشگاه جامع علمی کاربردی) / تألیف مهدی کمالی سعید.
مشخصات نشر	: تهران، لیخند دانش ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۴ ص: ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س م.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۳۸-۳۴-۹
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه
موضوع	: بازرگانی
موضوع	: Commerce
موضوع	: تدارکات بازرگانی
موضوع	: Business logistics
موضوع	: راز
موضوع	: Markets
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
موضوع	: بازرگانی بین‌المللی
موضوع	: International trade
رده‌بندی کنگره	: HF ۱۰۰۸
رده‌بندی دیویی	: ۳۲۸/۰۱
شماره کتاب‌شناسی ملی	: ۵۸۰۶۲۱۴
انتشارات لیخند دانش	
نام کتاب	: مقدمه‌ای بر اصول بازرگانی
ناشر	: لیخند دانش
تألیف	: مهدی کمالی سعید
چاپ و صحافی	: باران
نوبت و سال نشر	: اول- ۱۳۹۸
تیراژ	: ۱۰۰ جلد
قیمت	: ۱۵۰۰۰ تومان

تلفن مرکز پخش: ۰۹۳۵۸۶۴۷۱۱۷

فهرست مطالب:

صفحه

۵	فصل اول: کلیات
۷	تعریف اقتصادی بازرگان
۸	تعریف حقوقی بازرگان
۸	معاملات بازرگانی به ۳ قسمت تقسیم می‌شود
۹	معاملات تجاری تبعی
۹	معاملات تجارتی تبعی تاجر حقیقی
۱۰	معاملات تجاری تبعی شرکت‌های تجاری
۱۰	معاملات تجاری تبعی فرعی
۱۱	معاملات تجاری به حکم قانون
۱۱	وظایف بازرگان
۱۵	انواع خدمات بازرگانی چه کسانی هستند
۱۷	کارت بازرگانی
۱۷	شرایط هر یک از بازرگانی
۱۸	کاربردهای کارت بازرگانی
۱۸	تعریف حق العمالی
۱۸	تعریف شرکت‌های بازرگانی
۱۹	انواع شرکت‌های بازرگانی
۲۳	تجارت الکترونیک
۲۶	فصل دوم: بازار
۲۷	بازار
۲۹	رقابت مصرف‌کننده - تولیدکننده
۳۰	رقابت مصرف‌کننده - مصرف‌کننده
۳۰	رقابت تولیدکننده - تولیدکننده
۳۲	عوامل موثر در تشکیل بازار
۳۴	معیارهای تقسیم بازار
۳۷	انواع بازار
۳۹	ساختارهای اقتصادی بازارها
۴۰	انواع ساختارهای اقتصادی بازار
۴۳	روش‌های ایجاد انحصار
۴۵	فصل سوم: مدیریت بازاریابی
۵۰	فلسفه مدیریت بازاریابی
۵۰	دیدگاه تولید

۵۰	دیدگاه محصول
۵۱	دیدگاه فروش
۵۱	دیدگاه بازاریابی
۵۳	دیدگاه بازاریابی اجتماعی
۵۴	انواع بازاریابی
۵۵	بازاریابی و فناوری اطلاعات
۵۶	برنامه ریزی استراتژیک و فرآیند بازاریابی
۵۸	بازاریابی جهانی
۶۳	فصل چهارم: عرضه و تقاضا
۶۵	عاضا
۶۷	جایگاه منی تقاضا
۷۱	عرض
۷۲	عواملی باعث انحنای منحنی عرضه می شوند
۷۴	تعادل بازار
۷۵	محدودیت های قیمت و تعادل بازار
۷۸	فصل پنجم: دامپینگ
۸۰	مفهوم دامپینگ
۸۲	انواع دامپینگ
۸۶	راه های مبارزه با دامپینگ
۸۸	فصل ششم: قیمت گذاری محصول
۸۹	قیمت گذاری محصول
۹۰	تعیین قیمت
۹۹	قیمت گذاری در انواع مختلف بازارها
۱۰۲	فصل هفتم: تجارت بین الملل
۱۰۰	سیاست های بازرگانی
۱۱۱	دلایل وجود عوارض گمرکی
۱۱۳	اتحادیه های اقتصادی
۱۱۷	سازمان تجارت جهانی (گات)
۱۱۷	موافقت نامه های بنیادی سازمان تجارت جهانی
۱۲۱	اصول حاکم بر سازمان تجارت جهانی
۱۲۳	منابع و مآخذ

پیشگفتار مولف

انسان موجودی است اجتماعی که تداوم حیات وی در قالب تشکیل اجتماعات انسانی مسیر بوده و برای تامین نیازهای متنوع خود اقدام به مبادله با دیگران کرده است و در طول تاریخ آن را رشد و توسعه داده است امروزه کار مبادله و امور مربوط به داد و ستد کالاها و خدمات، همزمان با افزایش جمعیت و پیشرفت‌های علمی و متنوع‌تر شدن نیازهای جامعه، بسیار وسیع‌تر و پیچیده‌تر از گذشته شده است و دامنه وسیعی از فعالیت‌های انسانی را در بر گرفته است.

مجموعه حاضر شامل آشنایی با مباحث اصول بازرگانی است که مباحث ویژه و مهم بازرگانی را در بر می‌گیرد. از تمامی اساتید محترم و دانشجویان عزیزی که کتاب را برای مطالعه انتخاب کردند و سپاسگزارم. خواهشمندم انتقادات و پیشنهادات ساینده خود درباره کتاب را از طریق انتشارات لبخند دانش با اینجانب در میان بگذارید.

در پایان از تمامی افرادی که به نوعی در تهیه و چاپ این اثر همکاری داشته‌اند، صمیمانه تشکر و قدردانی می‌نمایم.

مهدی کمالی سعید

بستان ۹۸