

الگوی مدیریت بازار

مؤلفان:

محسن نوروزی نژاد یزد

الاهه کرمزاده

www.ketab.ir

سرشناسه: نوروزی نژاد یزد، محسن، ۱۳۶۳-
 عنوان و نام پدیدآور: الگوی مدیریت بازار/مؤلفان محسن نوروزی نژاد یزد، الاهی کرمزاده.
 مشخصات نشر: مشهد: دیانت، ۱۳۹۸.
 مشخصات ظاهری: ۱۴۶ ص.
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۶۲-۶۴-۲
 وضعیت فهرست نویسی: فیفا
 موضوع: بازاریابی -- مدیریت
 موضوع: Marketing -- Management
 موضوع: بازاریابشناسی
 موضوع: Market surveys
 شناسه افزوده: کرمزاده، الاهی، ۱۳۵۹-
 رده بندی کنگره: HF۵۴۱۵/۱۳
 رده بندی دیسی: ۶۵۸.۱
 شماره کتبشناسی ملی: ۵۸۱۹۵۹۰



الگوی مدیریت بازار

مؤلفان: محسن نوروزی نژاد یزد، الاهی کرمزاده

انتشارات: دیانت

صفحه آرایشی: وجیهه مایین

طراح جلد: محمدصادق کرایی

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ و صحافی: پیشگام

نوبت چاپ: اول، زمستان ۱۳۹۸

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۶۲-۶۴-۲

قیمت: ۶۸۰۰۰ تومان

تمام حقوق برای مؤلف محفوظ است.

www.diyanatpub.ir

آدرس: مشهد، فلسطین ۱۱، پلاک ۳۵

تماس با انتشارات: ۰۹۱۵۲۰۴۳۸۶۲ - ۰۹۱۵۰۸۰۷۸۲۸

فهرست مطالب

۷	فصل اول: مدیریت روابط سودآور با مشتری
۱۷	فصل دوم: شرکت و راهبرد بازاریابی مشارکت برای ایجاد ارتباط با مشتری
۲۵	فصل سوم: محیط بازاریابی
۲۹	فصل چهارم: مدیریت اطلاعات بازاریابی
۳۵	فصل پنجم: بازارهای مصرفی و رفتار خریدار مصرفی
۴۱	فصل ششم: بازارهای بنگاهی و رفتار خریدار بنگاهی
۴۷	فصل هفتم: راهبرد بازاریابی مشتری‌مدار
۵۵	فصل هشتم: کالا، خدمات و راهبرد نام تجاری
۶۷	فصل نهم: راهبردهای تکوین و تولید کالا، جدید و دوره عمر کالا
۷۵	فصل دهم: قیمت‌گذاری کالاها
۸۳	فصل یازدهم: راهبردهای قیمت‌گذاری
۹۱	فصل دوازدهم: مدیریت شبکه‌های بازاریابی و رنج‌های عرضه
۱۰۱	فصل سیزدهم: خرده‌فروشی و عمده‌فروشی
	فصل چهاردهم: اطلاع‌رسانی درباره فایده خالص مشتری: راه‌های ارتباطات
۱۰۷	بازاریابی یکپارچه
۱۱۷	فصل پانزدهم: تبلیغات و روابط عمومی
۱۲۳	فصل شانزدهم: فروشندگی شخصی و تبلیغات پیشبرد فروش
۱۲۹	فصل هفدهم: بازاریابی مستقیم و برخط
۱۳۳	فصل هجدهم: ایجاد مزیت رقابتی
۱۴۱	فصل نوزدهم: بازار جهانی
۱۴۵	فصل بیستم: اصول اخلاقی و مسئولیت اجتماعی بازاریابی