

مدیریت بازاریابی

و رفتار مصرف کننده

مؤلف:

مهدی پورحسینقلی هیر

مدرس دانشگاه

بهار ۱۳۹۴

سرشناسه	:	پور حسینقلی هیر، مهدی، ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده
مشخصات نشر	:	اردبیل: نشر نایاب، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	:	۱۰۸ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۹۵۳۳۱-۷-۶
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبای مختصر
یادداشت	:	فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است.
یادداشت	:	بازاریابی
یادداشت	:	کتابنامه
شماره کتابشناسی ملی	:	۳۸۶۶۳۸۸



۰۹۱۴۷۴۱۵۶۶۲ - ۳۳۸۴۲۹۴۱
Email: nayeabpublishers@yahoo.com

مدیریت بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده

مؤلف: مهدی پور حسینقلی هیر

ناشر: انتشارات نایاب

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۴

تیراژ: ۴۰۰۰

لیتوگرافی: نقش و نگار

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۳۳۱-۷-۶

صحافی: افق

قیمت: ۱۰۸۰۰۰ ریال

حق چاپ محفوظ است.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: تعاریف و مفاهیم بازاریابی	۱
مقدمه	۳
اهمیت موضوع	۵
تعریف واژه‌ها و اصطلاحات فنی و تخصصی	۶
مفاهیم اساسی بازاریابی	۷
تعریف بازاریابی و اهداف آن	۸
بازاریابی	۹
فصل دوم: آمیخته محصول و قیمت	۱۱
تاریخچه آمیخته بازاریابی	۱۳
مفهوم آمیخته بازاریابی	۱۳
مدل‌های آمیخته بازاریابی	۱۵
آمیخته بازاریابی	۲۰
عناصر آمیخته بازاریابی	۲۱
آمیخته محصول	۲۱
منحنی عمر محصول	۲۳
مرحله معرفی	۲۴
مرحله رشد	۲۵
مرحله بلوغ و اشباع	۲۵
مرحله افول	۲۶
منحنی عمر محصول مصرف‌کنندگان	۲۷
تنوع محصول	۲۷
آمیخته قیمت	۲۸
تخفیف‌ها و تخفیف‌های ویژه	۳۴
زمان پرداخت و شرایط اعتبار	۳۴
فرایند قیمت‌گذاری	۳۵
فصل سوم: آمیخته توزیع	۳۷

۳۹	 آمیخته توزیع
۳۹	 کانال های توزیع
۴۰	 پوشش
۴۱	 ترتیب
۴۱	 موقعیت (نقاط عرضه)
۴۲	 سطح موجودی کالا
۴۶	 خرده فروشان
۴۷	 عمده فروشان
۴۸	 عمده فروش ها از چند لحاظ با خرده فروش ها تفاوت دارند
۴۸	 وظایف عمده فروش ها
۴۹	 فصل چهارم: آمیخته ترفیع
۵۱	 آمیخته ترفیع
۵۱	 پیشبرد فروش
۵۲	 تبلیغات غیر شخصی
۵۳	 فروش شخصی
۵۳	 روابط عمومی
۵۳	 آمیخته ترفیع و تشویق
۵۴	 تبلیغات و آگهی ها
۵۶	 ماهیت و اهمیت ترفیعات و تشویقات
۵۷	 روش های ترفیع
۵۷	 اهمیت ترفیع در بازاریابی جدید
۵۸	 فرایند ارتباطات
۶۰	 تعیین ترکیب فعالیت های ترفیعی و تشویقی
۶۰	 عوامل مؤثر در ترکیب ترفیع
۶۱	 بازاریابی مستقیم
۶۳	 فصل پنجم: رفتار مصرف کننده
۶۵	 مبانی رفتار مصرف کننده
۶۵	 منظور از رفتار مصرف کننده

۶۶	اهمیت و ضرورت مطالعه رفتار مصرف کننده.....
۶۷	علل مطالعه رفتار مصرف کننده.....
۶۹	رفتار خرید مصرف کننده.....
۷۰	مسائل مصرف کننده.....
۷۱	الگوها و مدل های رفتار مصرف کننده.....
۷۱	دیدگاه تصمیم گیری.....
۷۴	نقش های مختلف خرید توسط خانواده.....
۷۴	شش رویکرد برطرف کردن تعارضات خانواده.....
۷۵	مراحل اجتماعی شدن مصرف کننده.....
۷۵	انواع گروه ها.....
۷۶	استراتژی بازاریابی رهبری عقیده.....
۷۷	تأثیر گروه مرجع بر رفتار مصرف کننده.....
۷۸	گروه های مرجع.....
۷۹	قواعد تصمیم گیری.....
۸۲	مراحل فرایند تصمیم خرید.....
۸۳	مراحل فرایند پذیرش.....
۸۴	تصمیم های خرید.....
۸۶	استراتژی بازاریابی بر مبنای الگوهای جستجوی اطلاعات.....
۸۷	سه عامل اصلی جلب توجه افراد.....
۸۷	گرایش خریدار.....
۸۸	ارزش.....
۸۸	کارایی.....
۸۸	مقدار.....
۸۹	تنوع.....
۸۹	مزایا.....
۹۱	منابع و مأخذ.....

پیشگفتار:

سپاس خدای را که حق ستایش او بالاتر از حد ستایشگران و نعمت‌های او فوق اندیشه شمارشگران است و درود و صلوات بی‌پایان به روان پاک و مقدس حضرت ختمی مرتبت پیامبر رحمت محمد بن عبدالله (ص) خاتم پیامبران و سلام و تحیت بی‌کران بر جانشینان پاک و مطهر آن حضرت امامان و پیشوایان مسلمانان بالاخص حضرت بقیه الله الاعظم امام منتظران قائم آل البيت عليهم السلام.

یکی از دروس اصلی و اساسی دانشجویان رشته مدیریت اجرایی در دوره‌های کاردانی و کارشناسی و کارشناسی ارشد درس بازاریابی می‌باشد، کتاب حاضر نیز براساس سر فصل دانشگاه آزاد و مرکز آموزش جامع علمی- کاربردی و در اصل برای دانشجویان رشته مدیریت در مقاطع کاردانی و کارشناسی تألیف شده است و امید است بتواند در راستای توسعه علمی دانشجویان و اهداف متعالی دانشگاه مفید وثمرثمر واقع شود.

در این کتاب کوشش بر این بوده است که واژه‌های پارسی بیشتر به کار گرفته شود، کوششی که هر ایرانی، در گفتن و نوشتن، به آرامی اما پیوسته و با پافشاری، پیگیری خواهد نمود تا میدان بر واژه‌های بیگانه هر چه بیشتر تنگ‌تر شود؛ خوشبختانه از آن روی که هر جای زهر هست، پادزهری نیز می‌باید بود، ما ایرانیان اندک‌اندک بر آن سر افتاده‌ایم که به زبان نیاکانی خویش بیندیشیم و بکوشیم که کمر به یاری آن بربندیم. از خداوند بخشنده و مهربان سپاسگزاریم و سر بر آستانش می‌ساییم و اگر عمر توفیق دهد این راه را ادامه خواهیم داد. تألیف این کتاب به خاطر اصرار دانشجویان عزیز و تدریس در دانشگاه و علاقه فراوانی بود که به امر تدریس و تألیف وجود داشت.

در این‌جا، جا دارد از تمام کسانی که مشوق ما برای به چاپ رسانیدن این اثر بوده‌اند تشکر کنم، به ویژه خانواده عزیزم و اساتیدم آقایان دکتر محمد باشکوه اجیرلو و دکتر حبیب ابراهیم‌پور تقدیر و تشکر نموده و آرزوی موفقیت روزافزون و بهروزی ایشان را از درگاه پروردگار متعال خواستارم.

ما خود را از بهتر شدن کارمان بی‌نیاز نمی‌بینیم و نظرات‌تان را معیاری ارزشمند برای توجه و ارزیابی کارهای خود می‌دانیم؛ چرا که این آراء مایه‌ی بهتر شدن کارمان و در نتیجه رضایت بیشتر شما فرهیختگان خواهد بود. خوانندگان عزیز برای این منظور می‌توانید نظرات خود را از طریق ایمیل mp_h1982@yahoo.com به اینجانب انتقال داده و ما را از

انتقادات و پیشنهادات خود بهره‌مند سازید تا انشاءالله در تجدیدنظر بعدی بتوانیم کتاب را به شکل کامل‌تر و بهتری ارائه دهیم.

در پایان، از انتشارات نایاب که به چاپ این اثر همت گماشت، نهایت سپاس‌گزاری را دارم و برای آنان از باری تعالی مزید توفیق در خدمات علمی و فرهنگی مسئلت می‌کنم.

مهدی پورحسینقلی هیر

مدرس دانشگاه

بهار ۱۳۹۴

www.ketab.ir