

بازاریابی

خلاصه درس و تست های طبقه بندی شده
بر اساس کتاب
اصول بازاریابی کاتلر

مؤلفین :

دکتر داور ونوس

بهمن فروزنده

مهرداد پرچ



فروزنده، بهمن	سروشنامه
بازاریابی: خلاصه درس و تست‌های طبقه‌بندی شده براساس کتاب اصول بازاریابی کاتلر، اگر آرمسترانگ (مؤلفین بهمن فروزنده، داور ونوس،	عنوان و نام پدیدآور
اصفهان: آموخته، ۱۳۸۹.	مشخصات نشر
۲۲۸ ص.معمور، جدول، نمودار.	مشخصات ظاهری
۹۷۸-۶۰۰-۹۱۰۱۴-۳-۶	شابک
لیبیا	وضعیت فهرست نویسی
کتاب حاضر خلاصه کتاب "اصول بازاریابی" تألیف کاتلر و آرمسترانگ است.	پادداشت
بازاریابی	موضوع
بازاریابی -- آزمونها و تمرینها (عالی)	موضوع
ونوس، داور، ۱۳۲۶ -	شناسه افزوده
کاتلر، فیلیپ، ۱۹۳۱ - بر اصول بازاریابی.	شناسه افزوده
آرمسترانگ، گری، اصول بازاریابی.	شناسه افزوده
۵۲۱۵۴۴ / ۱۳۸۹ ۶۰۱۷	رده بندی کنگره
۶۵۸/۸	رده بندی دیویی
۲۷۵۹۹۹۱	شماره کتابشناسی ملی



اصفهان، خیابان مشتاق دوم- بلوار مهرآباد-کوی ۱۹ - پلاک ۴۶
تلفن تماس: ۲۶۱۲۳۵۲ (۰۳۱۱) - ۰۹۱۳۳۰۸۳۸۲۶

بازاریابی

خلاصه درس و تست‌های طبقه‌بندی شده براساس کتاب اصول بازاریابی کاتلر

مؤلفین: داور ونوس، بهمن فروزنده، مهرداد برج

انتشارات: آموخته

ناشر قبلی: اسرار دانش

مدیر تولید: فرهاد فروزنده

لیتوگرافی: طلوع

چاپ: اصفهان

صحافی: سپاهان

نوبت چاپ: سوم (اول ناشر) ۱۳۸۹

تعداد: ۳۰۰۰ نسخه

قیمت: ۶۵۰۰۰ ریال

کلیه حقوق متعلق به انتشارات آموخته می باشد.

پیشگفتار

از سال ۱۳۸۲ به بعد، با طرح سوالاتی از کتاب اصول بازاریابی فیلیپ کاتلر و گری آرمسترانگ در امتحان ورودی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، مدیریت مالی و IT دانشگاه های سراسری و دانشگاه آزاد اسلامی نیاز به کتابی حاوی خلاصه درس و تست های طبقه بندی شده بازاریابی از تمام مفاهیم و موضوعات درس بازاریابی احساس گردید.

منبع اصلی کتاب حاضر که خلاصه درس و تست های طبقه بندی شده نام دارد کتاب اصول بازاریابی نوشته فیلیپ کاتلر و گری آرمسترانگ ترجمه بهمن فروزنده انتشارات آموخته است که به دلیل جامع بودن موضوعات تشریحی و مثال های فراوان این کتاب، سعی شده مفاهیم و مطالب ناب آن در حد نیاز داوطلبین کنکور در قالب خلاصه درس انتخاب، استخراج و همراه با تست های مربوطه در اختیار علاقه مندان قرار گیرد.

پیشنهاد تهیه کنندگان این کتاب این است که برای درک بهتر و عمیق تر مفاهیم و موضوعات بازاریابی، این کتاب به همراه کتاب اصول بازاریابی مطالعه شود، از این رو برای سهولت استفاده و نتیجه گیری بهتر، شماره صفحاتی که در کتاب خلاصه درس و تست های طبقه بندی ارائه شده به صفحات کتاب اصلی اشاره دارد.

علاقه مندان علاوه بر دو منبع اصلی کنکور یعنی مدیریت بازاریابی دکتر ونوس، دکتر روستا و دکتر ابراهیمی و کتاب اصول بازاریابی می توانند از سه منبع فرعی دیگر نیز استفاده کنند. این سه منبع عبارت اند از:

- خلاصه درس و تست های کتاب اصول بازاریابی (همین کتاب)، انتشارات آموخته.

- تست های استاندارد و کتاب مدیریت بازاریابی کاتلر، ترجمه دکتر ونوس، دکتر جمشیدی، انتشارات اسرار دانش.

- تست های مدیریت بازاریابی، تالیف دکتر ونوس، انتشارات نگاه دانش.

با توجه به رقابت فزاینده بین داوطلبان کنکور، مطالعه تمام کتاب های مرجع به دانش پژوهان عزیز توصیه می شود.

با امید این که این کتاب بتواند در موفقیت داوطلبان کنکور کارشناسی ارشد موثر واقع شود.

در پایان ضمن تشکر از تمام کسانی که در تهیه این کتاب همکاری داشته اند بویژه از سرکار خانم راحیل شمس، از اساتید محترم و دانشجویان عزیز انتظار دارد با انتقادات و پیشنهادات سازنده خود ما را در هرچه بهتر کردن این کتاب برای چاپ های بعدی یاری کنند.

با سپاس از ایزد منان

دکتر داوود ونوس

بهمن فروزنده

مهرداد پرچ

فهرست مطالب

.....	پیشگفتار	۵
.....	فصل اول - معرفی بازاریابی	۷
.....	فصل دوم - برنامه ریزی استراتژیک و نقش بازاریابی در سازمان	۲۵
.....	فصل سوم - محیط بازاریابی	۵۰
.....	فصل چهارم - تحقیقات بازاریابی و سیستم های اطلاعاتی	۶۰
.....	فصل پنجم - عوامل مؤثر در رفتار مصرف کننده	۷۴
.....	فصل ششم - فرآیند تصمیم گیری خریدار	۹۱
.....	فصل هفتم - بازارهای سازمانی و رفتار خرید سازمانی	۱۰۹
.....	فصل هشتم - اندازه گیری و پیش بینی تقاضا	۱۲۶
.....	فصل نهم - تقسیم بازار هدف گیری و تعیین جایگاه در بازار	۱۴۰
.....	فصل دهم - طراحی کالا: هدف گیری و تعیین جایگاه در بازار	۱۶۷
.....	فصل یازدهم - طراحی کالاها: تولید کالاها، جدید و خط مشی های دوره عمر کالا	۱۹۱
.....	فصل دوازدهم - قیمت گذاری کالاها، روش ها و ملاحظات قیمت گذاری	۲۱۲
.....	فصل سیزدهم - خط مشی قیمت گذاری	۲۲۶
.....	فصل چهاردهم - توزیع کالاها: کانال های توزیع و توزیع فیزیکی کالا	۲۴۳
.....	فصل پانزدهم - توزیع کالاها: خرده فروشی و عمده فروشی	۲۶۶
.....	فصل شانزدهم - پیشبرد کالاها: خط مشی های ارتباطی و ترکیب عناصر پیشبردی	۲۹۲
.....	فصل هفدهم - پیشبرد کالاها: تبلیغات غیر شخصی	۳۱۴
.....	فصل هجدهم - پیشبرد کالاها: مدیریت فروش و فروشندگی شخصی	۳۳۶
.....	فصل نوزدهم - تجزیه و تحلیل رقبا و خط مشی های بازاریابی رقابتی	۳۵۱
.....	فصل بیستم - برنامه ریزی، اجرا و کنترل برنامه های بازاریابی	۳۷۳
.....	فصل بیست و یکم - بازاریابی بین المللی	۳۹۰
.....	فصل بیست و دوم - خدمات و انواع بازاریابی	۴۱۱
.....	فصل بیست و سوم - بازاریابی و جامعه: مسئولیت اجتماعی و اصول اخلاقی در بازاریابی	۴۲۴