



نکات برتر و آزمون

بازاریابی و مدیریت بازار

(ویژه دانشجویان رشته مدیریت)

- نکات برتر و کلیدی درس
- تست‌های ستاره دار و پر تکرار درون مکتبی
- آزمون طبقه‌بندی شده ادوار گذشته به تفکیک هر فصل
- شش دوره آزمون جامع ادوار گذشته به همراه پاسخ کلیدی

مؤلفین: جواد کوشکی

و

مهدی قالیبافان بیلندی

- سرشناسه: کوشکی، جواد، ۱۳۶۷
- عنوان و نام پدیدآور: نکات برتر و آزمون بازاریابی و مدیریت بازار (ویژه دانشجویان رشته مدیریت)، نکات برتر... / مؤلفین: جواد کوشکی و مهدی قالیبافان بیلندی
- مشخصات نشر: تهران: انتشارات راه، ۱۳۹۲
- مشخصات ظاهری: ۱۵۶ ص: ۱۹۰۹ س م
- شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۲-۴۵۶-۴
- وضعیت فهرست‌نویسی: فیا
- موضوع: دانشگاه‌ها و مدارس عالی -- ایران -- آزمون‌ها
- موضوع: بازاریابی -- راهنمای آموزشی (عالی)
- موضوع: بازاریابی -- آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
- شناسه افزوده: قالیبافان بیلندی، مهدی، ۱۳۶۷
- رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۲ م ۹۳/ک LB۲۳۵۳
- رده‌بندی دیویی: ۳۷۸/۱۶۶۴
- شماره کتابشناسی ملی: ۳۲۸۳۷۵۶

- نام کتاب: نکات برتر و آزمون بازاریابی و مدیریت بازار
- مؤلفین: جواد کوشکی - مهدی قالیبافان بیلندی
- ناظر فنی چاپ: زهره محمدی
- صفحه آرا: اکرم خاکپور
- تصویرگرافی، چاپخانه و صحافی: مجموعه انتشارات راه
- ناشر: راه
- سال نشر: ۱۳۹۲
- نوبت چاپ: اول
- شمارگان: ۱۰۰۰ جلد
- قیمت: ۵۰۰۰ تومان
- کد کتاب: ۱۰۶
- شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۲-۴۵۶-۴
- ISBN: 978-600-272-456-4

شماره تلفن‌های بخش فروش و پذیرش نمایندگی

- دپارتمان کتب بهار نور و فلسطینی ۶۶۵۹۲۵۶۸-۷۰ تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۲۸۸۱۲
- دپارتمان کتب زبان، حقوق، کارشناسی ارشد و دکتری ۶۶۵۹۲۹۱۷۰-۷۷ تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۲۹۲۹۲
- دپارتمان کتب پایه تا فلسفه (دیپلوم) ۶۶۵۹۲۹۷۲-۷۵ تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۳۸۱۲۸

- فروشگاه شماره ۱ انتشارات راه: انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، نیش خیابان شهدای ژاندارمری، پلاک ۲۷۷ - تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۶۹۱۷۷
- ایمیل: info@rah-pub.ir
- فروشگاه اینترنتی: www.rah-pub.ir or www.rahpub.com
- پیامک: ۳۰۰۰۶۸۶۴۳۳۳۳
- کلیه حقوق این کتاب برای انتشارات راه محفوظ است.

هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق چاپ و نشر تمام یا بخشی از این اثر را به هر صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و جزوه و حتی برداشت به صورت دستنویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده‌ی قانون حمایت از ناشران تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

بسمه تعالی

مقدمه ناشر

سخنی کوتاه با دانشجویان عرصه علم و دانش
انتشارات راه در بدو تأسیس به دنبال شیوه های نوین و جذابی
بوده است تا بتواند تفکر، دیدگاه و گام جدیدی در عرصه ارائه
کتاب کمک آموزشی بر دارد که خوشبختانه تا به امروز هر چند کم
این امر میسر شده است. این انتشارات ارائه شیوه های نوین
آموزشی در قالب کتبی با عنوان زیر منتشر کرده است.

- | | |
|----------------------|------------------------------|
| ● Tick & Learn | ● Flash Book |
| ● آزمون تحلیلی کتاب | ● کتاب تحلیلی |
| ● کتاب کار | ● راهنما کتاب جیبی |
| ● نکات برتر | ● کتاب مجموعه سؤالات کتاب |
| ● کتاب مجموعه سؤالات | ● کتاب آزمون های ادوار گذشته |
| ● فلش کارت | ● پیک راه |
| | ● سی دی های آموزشی |

کتاب و روش های ابداعی و انحصاری انتشارات راه تحولی بزرگ در ایران و

جهان در عرصه کتاب کمک آموزشی

Flash Book = Tick & Learn

آزمون تحلیلی = کتاب تحلیلی

- کتاب تحلیلی که روش ابداعی و جدیدی در شیوه نگارش کتاب محسوب می شود. قابلیت چندین کتاب در یک کتاب (راهنما- کار- مجموعه سؤالات- فلش کارت- آموزش نموداری- سیستم یادگیری Tick & learn و آزمون و ...) را دارا می باشد.
- کتاب Flash Book که یکی از کتب ابداعی و انحصاری انتشارات راه می باشد، قابلیت همزمانی فلش کارت و کتاب شدن و یک کتاب برای دو نفر را دارد.
- کتاب Tick & Learn که یکی دیگر از کتب ابداعی و انحصاری این انتشارات می باشد؛ با استفاده صحیح از این کتاب یادگیری کوتاه مدت وازگان شما را تبدیل به یادگیری دراز مدت می کند و ...
- بنابراین هدف کلی این انتشارات از ارائه چنین کتبی، کنار گذاشتن روشهای آموزشی سنتی و قدیمی و گام نهادن در مسیر جدید با ایده و قالب های جدید و روز دنیا می باشد و روشهایی که بتواند از وقت و هزینه بیشتر دانشجویان جلوگیری کند و در عین حال بهره وری و کارایی بیشتری داشته باشد.
- گرچه ممکن است در این راه کاستی ها و نقایصی برای رسیدن به حد عالی وجود داشته باشد که باید رفع شود. بنابراین این انتشارات از اساتید و دانشجویان نخبه، مبتکر و خلاق جهت پیشبرد اهداف عالی، دعوت به همکاری و مساعدت می نماید و امید است که با نظرات و پیشنهادهای سازنده تان ما را یاری رسانید.

باتشکر
انتشارات راه

فهرست مطالب

فصل اول: مفاهیم مدیریت بازاریابی	۵
شرح درس	۵
فصل دوم: انواع بازار و محیط بازاریابی	
شرح درس	۲۰
فصل سوم: تقسیم بازار و تعیین بازار هدف	
شرح درس	۲۸
فصل چهارم: نیازها و رفتار خریداران	
شرح درس	۳۶
فصل پنجم: عوامل موثر بر پیش بینی تقاضا	
شرح درس	۴۵
فصل ششم: اهداف بازاریابی، گام، و سازمان بازاریابی	
شرح درس	۵۹
فصل هفتم: برنامه ریزی بازاریابی عمومی و بازاریابی بیمه	
شرح درس	۶۸
فصل هشتم: نحوه تصمیم گیری در زمینه بازاریابی	
شرح درس	۷۹
فصل نهم: تحقیقات بازاریابی و نقش آن در فرایند تصمیم گیری مدیران	
شرح درس	۹۴
فصل دهم: سیستم بازاریابی و انواع مدل های بازاریابی	
شرح درس	۱۰۴
فصل یازدهم: چگونگی ایجاد خلاقیت در مدیریت بازاریابی	
شرح درس	۱۱۵
بخش دوره آخر: سوالات تئوری گذشته	
سوالات نیمسال اول ۸۹-۹۰	۱۲۴
سوالات نیمسال دوم ۸۹-۹۰	۱۲۸
سوالات نیمسال اول ۹۰-۹۱	۱۳۱
سوالات نیمسال دوم ۹۰-۹۱	۱۳۵
سوالات نیمسال اول ۹۱-۹۲	۱۴۱
سوالات نیمسال دوم ۹۱-۹۲	۱۴۸
پاسخنامه ها	۱۵۴
مبلغ	۱۵۶