

بسم الله الرحمن الرحيم

کتاب طلایی

بازاریابی و مدیریت بازار

(نسل سوم)

ویژده دانشجویان دانشگاه‌های سراسر کشور

گردآورنده: آرمین علیکوهی

ویراستار: علیرضا باغم

انتشارات طلایی

پویندگان دانشگاه



سرشناسه	: کلکوهی، فریده، ۱۳۶۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: بازاریابی و مدیریت بازار (نسل سوم) ویژه دانشجویان دانشگاه‌های سراسر کشور
مشخصات نشر	: تهران: طلایی پویندگان دانشگاه، ۱۳۹۵
مشخصات ظاهری	: ۲۲۴ ص.
فروست	: کتاب طلایی.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۲۴۸-۵۸۹-۲
وضعیت فهرست‌رایی	: فیبای مختصر
یاداشت	: فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است.
شناسه افزوده	: قره‌اغی، علیرضا، ۱۳۶۴ -، ویراستار
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۵۱۱۳۲۵

کتاب ۱. طلایی بازاریابی و مدیریت بازار (نسل سوم)

نام کتاب:	طلایی بازاریابی و مدیریت بازار (نسل سوم)
ناشر:	طلایی پویندگان دانشگاه
گردآورنده:	فریده کلکوهی
کارشناس علمی:	پرینسا فهیمی
ویراستار:	علیرضا قره‌باغی
صفحه‌آرایی و طراحی جلد:	علیرضا زمانی
چاپخانه - صحافی:	حمزه‌ای
لیتوگرافی:	دیرین نگار
نوبت چاپ:	اول - ۱۳۹۵
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
قیمت:	۱۳۰,۰۰۰ ریال
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۲۴۸-۵۸۹-۲



انتشارات طلایی
پویندگان دانشگاه

به نام خدا

مؤسسه انتشارات طلایی پویندگان دانشگاه با توجه به رسالت فرهنگی علمی و آموزشی و با توجه به خواسته‌های دانشجویان، مجموعه کتاب‌های طلایی را در جهت یادگیری آسان‌تر و موفقیت تضمینی شما دانشجویان عزیز در آزمون‌های پایان ترم، تألیف و منتشر می‌نماید. در ضمن تمامی مطالب موجود در این کتاب از مراجع زیر گردآوری شده است.

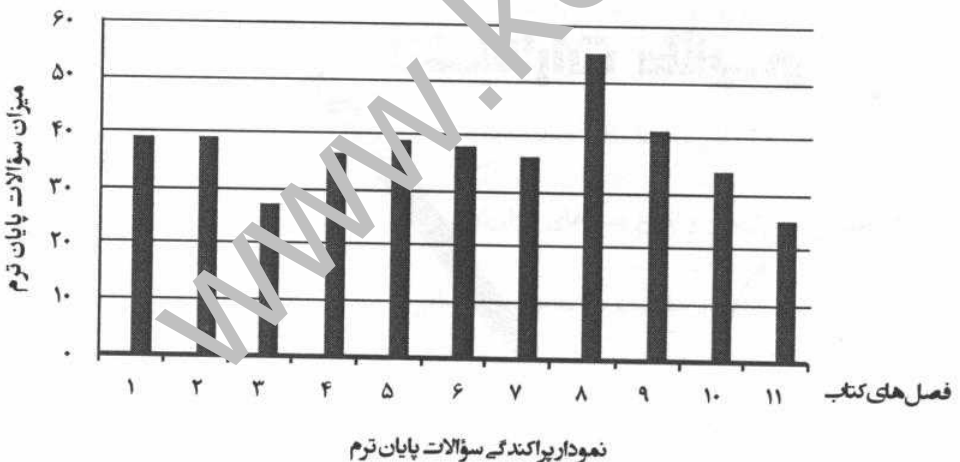
مرجع ۱: الوداری، حسن؛ بازاریابی و مدیریت بازار (رشته مدیریت بازرگانی)، تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه پیام‌نور، ۱۳۸۹.

مرجع ۲: محمدی، اسماعیل «مشتري‌مداری» تهران، خدمات فرهنگی رسا، چاپ اول، ۱۳۸۲.

مرجع ۳: کاتلر، فیلیپ «کاتلر در مدیریت بازار» ترجمه عبدالرضا رضایی‌نژاد، تهران، نشر فرا، چاپ اول، زمستان ۱۳۷۹.

مرجع ۴: کاتلر، فیلیپ و گری، آ. «اصول بازاریابی» ترجمه بهمن فروزنده، تهران، نشر آتروپات، چاپ سوم، ۱۳۷۹.

مرجع ۵: کمالی، کامل و محمدی، داودخواه «بازاریابی و مدیریت بازار» تهران، انتشارات شهرآشوب، چاپ اول، پاییز ۱۳۷۹.



موفق باشید

انتشارات طلایی پویندگان دانشگاه

۷	فصل اول: مفاهیم مدیریت بازار
۲۱	آزمون فصل اول
۲۳	فصل دوم: انواع بازار و محیط بازاریابی
۳۵	آزمون فصل دوم
۳۷	فصل سوم: تقسیم بازار و تعیین بازار هدف
۴۶	آزمون فصل سوم
۴۹	فصل چهارم: نیازها و رفتار خریداران
۶۳	آزمون فصل چهارم
۶۵	آزمون مروری فصل اول تا چهارم
۶۹	فصل پنجم: اندازه‌گیری تقاضای بازار و پیش‌بینی فروش
۸۴	آزمون فصل پنجم
۸۷	فصل ششم: اهداف بازاریابی و سازمان بازاریابی
۱۰۳	آزمون فصل ششم
۱۰۷	فصل هفتم: برنامه‌ریزی بازاریابی و بودجه‌ریزی بازاریابی
۱۲۱	آزمون فصل هفتم
۱۲۵	فصل هشتم: نحوه تصمیم‌گیری در زمینه بازاریابی
۱۴۶	آزمون فصل هشتم
۱۵۰	آزمون مروری فصل پنجم تا هشتم
۱۵۳	فصل نهم: تحقیقات بازاریابی
۱۷۳	آزمون فصل نهم
۱۷۷	فصل دهم: سیستم بازاریابی و انواع مدل‌های بازاریابی
۱۸۹	آزمون فصل دهم
۱۹۳	فصل یازدهم: چگونگی ایجاد خلاقیت در مدیریت بازاریابی
۲۰۶	آزمون فصل یازدهم
۲۰۸	آزمون مروری فصل نهم تا یازدهم
۲۱۱	آزمون نیمسال اول ۹۴-۹۵
۲۱۷	آزمون نیمسال دوم ۹۴-۹۵