

سرسازیه: عزیزی، مهرداد
عنوان و پدیدآور: کتاب طلایی زبان تخصصی ۳ (مدیریت بازرگانی) ویژه دانشجویان دانشگاه-
های سراسر کشور / مهرداد عزیزی، فاطمه سلگی؛ ویراستار: سیمین بهروزی، مریم حسینی
مشخصات نشر: تهران، طلایی پویندگان دانشگاه، ۱۳۹۱.

مشخصات ظاهری: ۱۸۴

وضعیت فهرست نویسی: فبا

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۴۸-۱۷۶-۴

موضوع: زبان انگلیسی -- آزمون ها و تمرین ها (عالی)

موضوع: زبان انگلیسی -- راهنمای آموزشی (عالی)

موضوع: زبان انگلیسی -- کتاب های قرائت -- بازرگانی

موضوع: زبان انگلیسی -- کتاب های قرائت -- مدیریت -- آزمون ها و تمرین ها (عالی)

رده بندی کنگره: ۱۳۹۱ ۲۰۲۶۷۳ ۶/۲۳۵۳LB

رده بندی دیویی: ۳۷۸/۱۶۶۴

شماره کتابشناسی ملی: ۹۸۱۸۶۷



انستیتوت طلایی
پویندگان دانشگاه

کتاب طلایی زبان تخصصی ۳ (مدیریت بازرگانی)

مسئول انتشارات: حسین نصیری

مدیر تولید و ناظر چاپ: مهدی مهدوی پور

صفحه آرایی: سیده فاطمه احدی

چاپخانه - صحافی: چاپخانه طلایی پویندگان دانشگاه

لیتوگرافی: آرمانسا

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۱

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۹۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۴۸-۱۷۶-۴

تهران، میدان انقلاب، مابین ۱۲ فروردین و منبری جاوید،
خیابان شهید نظری، پلاک ۱۳۰، طبقه چهارم شرقی،
تلفن: ۶۶۹۵۰۵۳۲ - ۶۶۹۵۰۶۳۷ - تلفکس: ۶۶۹۷۱۲۲۵

www.Bockgolden.com

بنام خدا

مؤسسه انتشارات طلایی پویندگان دانشگاه با توجه به رسالت فرهنگی علمی و آموزشی خود جهت ارتقای سطح علمی دانشجویان دانشگاه‌های سراسر کشور، مجموعه کتاب‌های طلایی را برای کلیه رشته‌های دانشگاهی تألیف و منتشر می‌نماید.

بسیاری از کتاب‌های دانشگاهی که در اختیار دانشجویان قرار می‌گیرد بسیار پر حجم بوده و انسجام و پیوستگی علمی و منطقی در آن‌ها کمتر دیده می‌شود. از طرفی دیگر چون قانون کپی رایت در کشور ما عالت نمی‌شود لذا تعداد زیادی از کتاب‌های دانشگاهی به صورت آفست بوده و استفاده از آن‌ها مشکل می‌باشد.

با توجه به موارد فوق بسیاری از دانشجویان توانایی استفاده بهینه از این کتاب‌ها را ندارند. به همین جهت مؤسسه طلایی پویندگان دانشگاه در نظر دارد کتاب‌های مورد نیاز کلیه دانشجویان میهن اسلامی را به زبانی بسیار ساده و روان تألیف و در اختیار آنان قرار دهد. ما معتقدیم مناسب‌ترین راه و بهترین مسیر مطالعه و برنامه‌ریزی آموزشی در سه مرحله‌ی زیر صورت می‌پذیرد:

مرحله‌ی اول: ادراک مفاهیم

مرحله‌ی دوم: تثبیت و تسلط

مرحله‌ی سوم: ارزیابی و جمع‌بندی

مرحله‌ی اول: ادراک مفاهیم

اولین مرحله آموزش درک مفاهیم است لذا ضروریست دانشجویان با مطالعه‌ی دقیق و عمیق مفاهیم کتاب، تسلط کافی را به دست آورند.

مرحله‌ی دوم: تثبیت و تسلط

برای تثبیت و تسلط بیشتر در ادراک مفاهیم، لازم است دانشجویان به حل تمرینات و سؤالات چهارگزینه‌ای بپردازند تا آموخته‌های خود را عمق ببخشند.

مرحله‌ی سوم: ارزیابی و جمع‌بندی

مرحله‌ی پایانی ارزیابی و جمع‌بندی است که دانشجویان برای آمادگی هرچه بیشتر در آزمون‌های پایانی، ضروریست آزمون‌های برگزار شده پایان ترم را پاسخگو باشند.

موفق باشید

انتشارات طلایی پویندگان دانشگاه

فهرست

۷	بخش اول: انواع سازمان‌های تجاری
۳۷	بخش دوم: مفهوم بازاریابی
۶۵	بخش سوم: بازاریابی مرکب: محصول، قیمت، تبلیغ تجاری و توزیع
۹۹	بخش چهارم: اهمیت ارتباطات در سازمان‌ها
۱۲۳	بخش پنجم: سیستم اطلاعات مدیریت
۱۴۳	بخش ششم: روان‌شناسی صنعتی و روابط انسانی