

۲۷۵۷۴

به نام خداوند جان و خرد



پارلمان پژوهش
کتاب ارشد

مجموعه مدیریت

مدیریت بازاریابی

چاپ اول

مؤلف:

عاطفه قمی اویلی

بهار ۱۳۹۴

سرشناسه	: عاطفه، قمی اویلی، ۱۳۶۷
عنوان و پدیدآور	: مدیریت بازاریابی، مجموعه مدیریت
مشخصات نشر	: تهران: پوران پژوهش، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۳۳۰
فروست	: کتاب ارشد
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۱۸۴-۳۹۹-۳
وضعیت فهرست‌نویسی	: فبیای مختصر
یادداشت	: این مدرک در آدرس http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است.
شماره کتابخانه ملی	: ۳۶۸۵۱۰۴

انتشارات پوران پژوهش

نام کتاب:	مدیریت بازاریابی
تألیف:	عاطفه قمی اویلی
ناشر:	پوران پژوهش
حروفچینی:	پوران پژوهش
چاپ و صحافی:	نقش مهر
شمارگان:	۵۰۰ نسخه
نوبت چاپ:	اول - بهار ۱۳۹۴
قیمت:	۱۴۰۰۰ تومان
شابک:	۹۷۸-۹۶۴-۱۸۴-۳۹۹-۳

ISBN:978-964-184-399-3

دفتر مرکزی: میدان انقلاب - ابتدای کارگر جنوبی - کوچه مهدیزاده - پلاک ۹ - واحد ۵۰۴ تلفن: ۶۶۹۲۷۰۴۰

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است، هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف و ناشر، نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

به نام تنه‌پرستینی که قلم را آفرید

پیش‌گفتار انتشارات

نگاهی به شمار داوطلبان آزمون کارشناسی ارشد نشان می‌دهد که در این سال‌ها درخواست تحصیل در دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌ها افزایش چشمگیری داشته است. دشواری پیش روی بیشتر داوطلبان، گوناگونی منابع درسی و نبود دسترسی به آنها و همچنین نمونه آزمون‌های مناسب برای تمرین و فهم بیشتر مفاهیم درسی است.

مدیریت بنیاد انتشاراتی ایران پژوهش، آقای دکتر احمد هژبر و همسرشان بانو افسانه عبدی با بیش از ۱۵ سال کوشش در راستای برآورده‌سازی نیاز داوطلبان، با سیاست کلی چاپ کتاب‌های ارزنده با بهایی درخور، آماده‌سازی گردآوری چهار مجموعه‌ی گوناگون با آماجهای روشن را در دستور کار قرار داده است.

مجموعه‌ی نخست با نام کتاب ارشد (با جلد آبی‌رنگ) که تاکنون به دست داوطلبان رسیده، با پذیرش چشمگیری همراه بوده است. در هر عنوان کتاب ارشد، پس از شرح کامل درس در هر فصل، پرسش‌های چهارگزینه‌ای آزمون‌های سراسری و آزاد چند سال گذشته با پاسخ‌های تشریحی آورده شده است. شرح درس در هر کتاب از این مجموعه به گونه‌ای است که برای دانشجویان سال‌های پایین‌تر سودمند است و نیز یک منبع درسی مناسب برای دانشجویان و استادان دانشگاه می‌باشد. کتاب ارشد نخستین بار در مهرماه سال ۱۳۸۰ در قالب پانزده عنوان به داوطلبان شناسانده شد و به بیش از ۲۲۰ عنوان را دربرمی‌گیرد.

مجموعه‌ی دوم با نام چند آزمون ارشد (با جلد سیاه‌رنگ) به گنجینه‌ی گردآوری شده است که دانشجویان دفترچه‌های آزمون‌های سراسری سال‌های گذشته را با پاسخ‌های تشریحی در یک کتاب خواهد داشت.

مجموعه‌ی سوم با نام بانک تست ارشد (با جلد نارنجی‌رنگ) در دروس با اختصاصی هر رشته، یک کتاب کار به شمار می‌رود که در آن پرسش‌های طبقه‌بندی‌شده به همراه پاسخ‌های تشریحی آورده شده است تا دانشجویان با حل و بررسی آن‌ها توانایی بایسته برای پاسخ‌گویی به آزمون‌ها را به دست آورند.

در آخر مجموعه‌ی چهارم که با جلد قهوه‌ای رنگ عرضه شده و به عنوان کتاب‌های مرجع در دانشگاه‌ها آموخته می‌شود.

به نام خدا

پیش‌گفتار مولف

گسترده‌ی مطالب و منابع در این درس اغلب موجب می‌شود که داوطلبان نتوانند منبعی خلاصه و مفید در درس مدیریت بازاریابی جهت آمادگی در آزمون کارشناسی ارشد بیابند و هم‌چنان خلاء نبود کتابی که دانشجویان بتوانند با اتکا به آن به راحتی مطالب را فراگیرند موجب به تألیف این کتاب شد.

تمام تمرکز و هدف این کتاب بر ارائه روشی نوین در بیان مفاهیم و ارائه‌ی هر چه ساده‌تر مطالب است. هر فصل علاوه بر شرح درس، شامل چکیده‌ای از نکات مهم و ضروری می‌باشد. هم‌چنین هر فصل شامل پانزده سوال آلیف است که می‌توانند جهت ارزشیابی آموخته‌های فرد پس از مطالعه‌ی هر فصل مورد استفاده قرار گیرند.

این نکته حائز اهمیت است که این کتاب فقط و فقط برای آمادگی در کنکور سراسری تهیه و تدوین شده است و به هیچ وجه سوالات کنکور دانشگاه آزاد را به طور کامل پوشش نمی‌دهد. مدیریت بازاریابی در دو کنکور سراسری و آزاد دارای منابع و مطالبی کاملاً متفاوت و مجزا می‌باشد و بنابراین به داوطلبان کنکور دانشگاه آزاد علاوه بر خواندن این کتاب، مطالب کتاب کاتر نیز پیشنهاد می‌شود.

در آخر از خانواده ام به پاس تمام لطف‌هایش تشکر می‌کنم و سپاس فراوان از مؤسسه‌ی پوران پژوهش برای چاپ این کتاب و تمامی کمک‌هایشان.

بدیهی است این کتاب مانند هر اثر دیگری خالی از اشکال و ایراد نیست و ان شاء الله تعالی در آینده‌ی بعدی گرانقدر و دانشجویان عزیز تقاضا دارم نظرات و اصلاحات خود را در ایمان داشته تا در چاپ‌های بعدی مورد توجه و استفاده قرار گیرد.

بهار ۱۳۹۴

Atefehghomi@yahoo.com

فهرست مطالب

۱.....	فصل اول: معرفی بازاریابی
۳۷.....	فصل دوم: برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی
۷۱.....	فصل سوم: تحقیقات بازاریابی
۸۷.....	فصل چهارم: رفتار مصرف‌کننده
۱۱۳.....	فصل پنجم: تقسیم بازار
۱۴۱.....	فصل ششم: اندازه‌گیری و پیش‌بینی تقاضا
۱۵۹.....	فصل هفتم: مدیریت محصول
۱۹۳.....	فصل هشتم: تعیین قیمت
۲۲۷.....	فصل نهم: سیستم و مدیر توزیع
۲۴۹.....	فصل دهم: فعالیت‌های ترویج و تشویقی
۲۷۹.....	فصل یازدهم: انواع بازاریابی
۲۹۹.....	فصل دوازدهم: بازاریابی بین‌الملل
۳۲۵.....	آزمون‌های سراسری سال ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴
۳۴۰.....	منابع: