

۲۱۱۹.۹۲



اصول بازاریابی

با رویکرد یسره عمر

مؤلفان

سید پدرام موسوی

سمیه صائب نیا

سرشناسه	: صایب نیا، سمیه
عنوان و نام پدیدآور	: اصول بازاریابی با رویکرد بیمه عمر/مولفان سمیه صائبنیا، پدram موسوی
مشخصات نشر	: تهران: فوزان کتب، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۵ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۷۱۲۱-۵۹-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: بیمه عمر -- بازاریابی
موضوع	: Life insurance -- Marketing
موضوع	: فروشنده -- بیمه
موضوع	: Selling -- Insurance
موضوع	: بیمه عمر -- ایران -- بازاریابی
موضوع	: Life insurance -- Marketing-- Iran
شناسه افزوده	: موسوی، سید پدram، ۱۳۵۷-
رده بندی کنگره	: HG۸۸۷۶
رده بندی دیویی	: ۳۲/۳۶۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۵۴۸۸۰۵
وضعیت رکورد	: فیپا



انتشارات فوزان

نام کتاب: اصول بازاریابی با رویکرد بیمه عمر

مؤلفان: سمیه صائب نیا، سید پدram موسوی

ناشر: فوزان

ویراستار: فاطمه صائب نیا

طراح جلد: فردین گلستان زاده

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت و سال نشر: اول / ۱۳۹۶

قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۱۲۱-۵۹-۹

ISBN: 978-622-7121-59-9

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۱۲۱-۵۹-۹

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

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۳
---------------	----

بخش اول: اصول بازاریابی

فصل اول: بازاریابی چیست؟.....	۱۷
مقدمه.....	۱۸
بازاریابی و اهمیت آن.....	۱۸
تعریف بازاریابی.....	۱۹
نیاز.....	۲۱
خواسته.....	۲۱
تقاضا.....	۲۱
محصول.....	۲۲
مبادله.....	۲۲
معامله.....	۲۳
بازار و انواع آن از دیدگاه‌های مختلف.....	۲۴
انواع بازارها از دیدگاه‌های مختلف.....	۲۵
الف- انواع بازارها از نظر فعالیت.....	۲۵
ب- انواع بازارها از نظر سازمانی.....	۲۵
ج- انواع بازارها از نظر اقتصادی.....	۲۶
مزایای تقسیم‌بندی بازار برای تولیدکننده.....	۲۸
د) انواع بازار کالا و خدمات از دیدگاه کانلر.....	۲۸
مدیریت.....	۲۹
حالت هشتگانه تقاضا و وظایف بازاریابی.....	۳۱
تقاضای منفی.....	۳۱
تقاضای صفر.....	۳۱
تقاضای پنهان.....	۳۱
تقاضای رو به پایین.....	۳۱
تقاضای بی‌قاعده.....	۳۲

۳۲	تقاضای کامل.....
۳۳	تقاضای بیش از حد.....
۳۳	تقاضای غیر سالم و مضر.....
۳۳	مفاهیم رقابتی بازاریابی.....
۳۳	مفهوم تولید.....
۳۴	مفهوم کالا.....
۳۴	مفهوم فروشندگی / مفهوم فروش.....
۳۴	مفهوم بازاریابی.....
۳۴	مفهوم بازاریابی اجتماعی.....
۳۴	مشتری و انواع آن.....
۳۶	۱- مشتری حقیقی.....
۳۶	۲- مشتری حقوقی.....
۳۶	۳- مشتری سازمانی.....
۳۶	۴- مشتری جغرافیایی.....
۳۷	شبکه بازاریابی.....
۳۷	بازاریابی رابطه.....
۳۸	سؤالات تشریحی.....
۳۸	فعالیت کلاسی.....
۳۹	فصل دوم: رفتار خرید
۴۰	مقدمه.....
۴۰	تعریف رفتار مصرف کننده.....
۴۱	مراحل فرآیند تصمیم گیری خرید.....
۴۱	درک نیاز و یا تشخیص مسئله.....
۴۲	جست و جوی اطلاعات.....
۴۲	منابع شخصی.....
۴۲	منابع تجاری.....
۴۲	منابع عمومی.....
۴۳	منابع تجربی.....
۴۳	ارزیابی گزینه ها.....

پیشگفتار

امروزه بازاریابی یکی از راه‌هایی هست که هر سازمان برای دست یافتن به موفقیت باید انجام دهد. انجمن بازاریابی آمریکا در سال ۱۹۸۵ بازاریابی را یکی از وظایف سازمانی و مجموعه‌ای از فرایندهای مرتبط با خلق ارزش، اطلاع‌رسانی درباره‌ی آن ارزش و تحویل آن به مشتریان مطرح کرد و همچنین به این موضوع اشاره کرد که بازاریابی، مدیریت ارتباط با مشتریان را، به شکلی که منافع سازمان و ذی‌نفعان آن را تأمین کند، شامل می‌شود. اصول بازاریابی با رویکرد بیمه عمر یکی از دروس رشته مدیریت بیمه می‌باشد که در این درس دانشجو علاوه بر یادگیری مباحث بازاریابی، مطالبی در خصوص بیمه عمر و چگونگی استفاده از بازاریابی در صنعت بیمه مطالبی را یاد می‌گیرد. در این راستا هدف از نگارش کتاب حاضر ارائه تصویری اجمالی و درعین حال دقیق از حوزه بازاریابی و بیمه عمر می‌باشد که این بررسی می‌تواند به مرتفع نمودن بار اضافی که امروزه در کتب درسی مربوط به این حوزه یافت می‌شود کمک شایانی نماید.

این کتاب برای دانشجویان رشته مدیریت بیمه در پنج فصل تألیف شده است اما به نظر من خواندن آن برای علاقه‌مندان به کسب سود، مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها و همچنین اساتید رشته‌های مدیریت خالی از لطف نیست و نیز برای افرادی که به بازاریابی و بیمه علاقه‌مند هستند، می‌تواند بسیار آموزنده باشد. در بخش اول اصول بازاریابی که شامل سه فصل ۱- بازاریابی چیست؟ ۲- رفتار خریدار و ۳- محیط بازاریابی و تقسیم‌بندی بازار می‌باشد و در بخش دوم اصول بازاریابی بیمه عمر که شامل دو فصل ۱- بیمه عمر چیست؟ و ۲- اصول بازاریابی بیمه عمر می‌باشد.

در ابتدای هر فصل به منظور آشنایی خواننده با محتوای فصل هدف‌های یادگیری ارائه گردیده و در ادامه سعی شده هدف‌های مذکور بایان مطالب به زبان ساده و روان برای هر موضوع بیان شود و نهایتاً در انتهای هر فصل سؤالات تشریحی و فعالیت کلاسی قرار داده شده است.

اگرچه در تألیف این کتاب تلاش فراوانی صورت گرفته است که کاری عاری از خطا تحویل گردد، اما بدیهی است که هیچ کاری بدون خطا نیست. از این رو از خوانندگان

محترم خواهشمند است که پیشنهادات و انتقادات خود را به آدرس s.saebniya@gmail.com بفرستند تا در چاپ‌های بعدی مورد استفاده قرار گیرد.

سمیه صائب نیا- سید پدram موسوی

اسفند ماه ۹۹

www.ketab.ir