

سرشناسه	: بارتکوویاک، جودی Bartkowiak, Judy
عنوان و نام پدیدآور	: تحقیقات بازار در یک هفته/ نویسنده جودی بارتکوویاک؛ مترجمین ناصر آزاد، حامد بختیاری.
مشخصات نشر	: تهران: نشر اتحاد، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۴ ص: مصور.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۱۹۷-۰۸۳-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: (۲۰۱۵) Market research in a week
موضوع	: بازاریابی -- تحقیق
موضوع	: Market research in a week
شناسه افزوده	: آزاد، ناصر، ۱۳۴۴ - مترجم
شناسه افزوده	: بختیاری، حامد، ۱۳۶۲ - مترجم
رده بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۲/ب۲ت۳ ۱۳۹۵
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۲۵۹۲۶۱

نام کتاب	: تحقیقات بازار در یک هفته
مؤلف	: جودی بارتکوویاک
مترجمین	: دکتر ناصر آزاد - حامد بختیاری
ناشر	: اتحاد
صفحه آرابی	: مهری ابراهیمی فرد
لیتوگرافی - چاپ	: دیبا - طنین
نوبت چاپ	: اول - ۱۳۹۵
تیراژ	: ۵۰۰ نسخه
قیمت	: ۸۵۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۹۷-۰۸۳-۲

ISBN: 978-600-197-083-2

**دفتر مرکزی کتاب آیلار:** انقلاب، خیابان شهید منیری جاوید (اردیبهشت)، خیابان شهدای ژاندارمری شرقی، شماره ۱۴۶ (ساختمان آیلار) تلفن: ۶۶۴۰۱۲۵۵ - ۶۶۴۶۱۸۵۶ دورنگار: ۶۶۴۹۴۴۳۱

**فروشگاه شماره ۱ (کتاب آیلار):** انقلاب، روبروی دبیرخانه دانشگاه تهران، بازارچه کتاب تلفن: ۶۶۴۱۱۸۶۵ - ۶۶۹۵۶۴۳۳

**فروشگاه شماره ۲ (کتاب آیلار):** کریمخان زند، مابین ایرانشهر و خردمندجنوبی، شماره ۱۳۲ تلفن: ۸۸۳۱۹۷۴۰-۱

[www: aylarbook.com](http://www.aylarbook.com)

Email: [aylarbook@yahoo.com](mailto:aylarbook@yahoo.com)

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

## فهرست مطالب

۷	مقدمه نویسنده
۹	مقدمه مترجمین

### یکشنبه

۱۱	تحقیق بازار و طرح تحقیق
۱۳	تحقیق بازار چیست؟
۱۴	آمیخته بازاریابی
۱۴	محصول
۱۵	قیمت
۱۶	ترفیغ
۱۶	مکان (توزیع)
۱۷	بخش بندی بازار
۱۸	قانون ۸۰: ۲۰
۱۹	کاربردهای تحقیقات بازار
۲۰	انواع تحقیقات بازار
۲۱	قبل از آغاز تحقیق
۲۲	تحقیقات اولیه و ثانویه
۲۳	هدف از تحقیق چیست؟
۲۴	تحقیقات کمی یا کیفی؟
۲۵	ویژگی‌های اهداف
۲۷	خلاصه
۲۸	پرسش‌های چهار گزینه‌ای

### دوشنبه

۳۱	خلاصه و طرح پیشنهاد
۳۳	خلاصه تحقیق
۳۴	پیشینه

۳۶	اهداف بازاریابی
۳۷	اهداف تحقیق
۳۹	نمونه آماری
۴۰	روش شناسی
۴۱	زمانبندی
۴۱	بودجه
۴۳	ارائه و گزارش
۴۳	فرمت و زمانبندی پروپزال‌ها
۴۳	پروپزال تحقیقات بازار
۵۰	آغاز پروژه
۵۱	خلاصه
۵۲	سوالات چهار گزینه ای

#### سه شنبه

۵۵	تحقیقات کیفی بازار
۵۶	چه زمانی از تحقیقات کیفی استفاده کنیم؟
۵۹	پرداخت مالی
۶۰	مصاحبه‌های عمیق
۶۱	نحوه اجرای یک مصاحبه عمیق
۶۴	مصاحبه‌های عمیق کوتاه در محیط سالن تست
۶۵	مصاحبه‌های عمیق زوجی و سه تایی
۶۶	همراهی در خرید
۶۷	مصاحبه‌های عمیق بر خط (آنلاین)
۶۸	گروه‌های کانون
۷۰	نحوه اجرای یک گروه کانونی
۷۳	نقش میانجیگر
۷۴	گروه‌های کانون بر خط (آنلاین)
۷۵	قوم نگاری
۷۵	خلاصه
۷۶	سوالات چهار گزینه ای

#### چهار شنبه

- ۷۹ ..... تحقیقات بازار کمی
- ۸۱ ..... چه زمانی از تحقیق کمی استفاده می‌شود.
- ۸۱ ..... استفاده از مصاحبه شخصی با کمک کامپیوتر (سی ای پی آی).
- ۸۲ ..... پرسش‌نامه چهره به چهره در مقابل پرسش‌نامه خود تکمیلی
- ۸۴ ..... مکان انجام مصاحبه ها
- ۸۷ ..... فروشگاه ها و سوپرمارکت ها
- ۸۹ ..... پنل ها (تحقیقات طولی)
- ۹۰ ..... پیمایش با نمونه بزرگ
- ۹۱ ..... خلاصه
- ۹۲ ..... سوالات چهار گزینه ای

#### پنج شنبه

- ۹۵ ..... طراحی پرسشنامه و راهنمای موضوع
- ۹۶ ..... اصول اولیه طراحی پرسشنامه
- ۹۸ ..... انواع سوالات
- ۱۰۹ ..... ساختار راهنمای موضوع
- ۱۱۰ ..... خلاصه
- ۱۱۱ ..... سوالات چهار گزینه ای

#### جمعه

- ۱۱۳ ..... تجزیه و تحلیل تحقیق
- ۱۱۴ ..... تجزیه و تحلیل کمی
- ۱۱۵ ..... گروه بندی پاسخها
- ۱۱۹ ..... گروه‌های اجتماعی/ اقتصادی
- ۱۱۹ ..... دسته بندی جمعیت شناختی
- ۱۲۱ ..... آزمون معناداری آماری
- ۱۲۲ ..... تجزیه و تحلیل کیفی
- ۱۲۴ ..... خلاصه

سوال‌ت چهار گزینه ای ..... ۱۲۵

شمسنبه

مهارت های گزارش نویسی و ارائه آن ..... ۱۲۷

ارائه خلاصه گزارش ..... ۱۲۸

مهارت های ارائه ..... ۱۳۰

استفاده از تحقیق ..... ۱۳۵

خلاصه ..... ۱۳۶

پرسش های چهار گزینه ای ..... ۱۳۷

بقا در شرایط سخت ..... ۱۳۹

پاسخنامه ..... ۱۴۲