

دانشگاه تهران

دانشکده اقتصاد

پایان نامه کارشناسی ارشد

عنوان:

بازاریابی محصولات صنایع غذایی در ایران

نگارش: عبد الرحیم امیری

استاد راهنما: هوشنگ ساعدلو

زبان: فارسی

بر ساخت: ۱۰۹ ص: جدول ۴۷. کتابنامه

توصیفگر

۱. صنایع قند و شکر

۲. صنعت چای

۳. صنعت آرد سازی

۵. صنعت نان

۶. صنعت بیسکویت سازی

۷. شوکولات سازی و آبنبات سازی

۸. صنایع کنسرو

۹. خرده فروشی

۱۰. مصرف

۱۱. مصرف خانوار های روستایی

۱۲. مصرف خانوارهای شهری

۱۳. بسته بندی

۱۴. خریداران واسطه

۱۵. استاندارد

۱۶. تبلیغات

۱۷. بازار یابی بین المللی

چکیده:

مطالعه و مشاهده نزدیک آنچه که در طی دهه گذشته و حتی پیش از آن در کشور رخ داده است حکایت از این دارد که برای جدار توسعه تولیدات صنایع سنگین اقدامات شدید و پی گیری در جهت افزایش تولیدات و فروش کالاهای صنعتی مصرفی صورت گرفته است.

مشکلات بازار یابی این کالاها، را بر آن داشت که در انبوه کالاهای مصرفی صنعتی به یکی از مهمترین گروههای آنها نزدیک شده و در مورد بازار یابی آن بحث کرده و تحقیق حاضر را تنظیم نماییم. در این رساله سعی شده است که از آمار و ارقام هر چند ناقص و در بعضی موارد متناقض منابع رسمی ایران استفاده شود در نگارش متون و در موارد ضروری هنگام بیان اصول تئوری از معروف ترین اساتید بازار یابی مدد جسته شده است. غیر از این منابع مکتوب ، با مقامات مسئول و صاحب نظر صنعتی چه در بخش خصوصی . چه در بخش دولتی و مقامات دانشگاهی مصاحبه هایی صورت گرفته که از اطلاعات حاصله از این مصاحبه ها نیز کمال استفاده به عمل آمده است . نظریه اینکه تجزیه و تحلیل مجزای هر یک از فرآورده ای صنعتی غذایی اولاً مشکل در مرود یک کالا شده است که البته قابل تقسیم به تمامی صنعت مورد بحث می باشد.