

بسمه تعالی



.. کتاب چند منظوره و چند کاربردی ..

کتابه تحلیلی

زبان تخصصی مدیریت اجرایی (۱)

(ویژه دانشجویان و دواطلبان کارشناسی ارشد رشته‌های

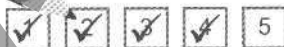
مدیریت بازرگانی، مدیریت اجرایی، و MBA)



- ✱ ترجمه روان همراه با متن اصلی
- ✱ ترجمه پاراگرافی و جمله به جمله
- ✱ سؤالات تألیفی
- ✱ آزمون در آزمون (مروری بر فصول)
- ✱ پاسخنامه کلیدی سؤالات
- ✱ فلش کارت‌های کتابی لغات کلیدی و مهم
- ✱ یک دوره آزمون ادوار گذشته

همراه با سیستم یادگیری

TICK & LEARN



یادگیری لغات شما را متحول می‌کند

مؤلف: حامد حشمتی

ویراستار علمی: مهرداد سراندینی فردوس

- سرشناسه: حشمتی، حامد، ۱۳۶۲.
- عنوان و نام پدیدآور: کتاب تحلیلی زبان تخصصی مدیریت اجرایی
- مشخصات نشر: تهران، انتشارات راه، ۱۳۹۳.
- مشخصات ظاهری: ۱۶۰ ص
- شابک: ۹۶۲۰۰۲۷۲-۶۰۰-۱۳۹۳
- وضعیت فهرست نویسی: قیای مختصر
- یادداشت: این مدرک در آدرس <http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است.
- یادداشت: بالای عنوان: کتاب چند منظوره و چند کاربردی
- یادداشت: عنوان دیگر: کتاب تحلیلی کتاب چند منظوره و چند کاربردی زبان تخصصی مدیریت اجرایی
- عنوان دیگر: کتاب تحلیلی کتاب چند منظوره و چند کاربردی زبان تخصصی مدیریت اجرایی
- شناسه افزوده: سرانیدی، فردوس، مهرداد، ۱۳۶۴

- نام کتاب: کتاب تحلیلی (کتاب چند منظوره و چند کاربردی) زبان تخصصی مدیریت اجرایی (۱)
- ترجمه و تألیف: حامد حشمتی
- ویراستار علمی: مهرداد سرانیدی فردوس
- صفحه‌آر: زهرا خیرالله زاده
- لیتوگرافی، چاپخانه و صحافی: مجموعه انتشارات راه
- ناشر: راه
- سال نشر: ۱۳۹۳
- نوبت چاپ: اول
- شمارگان: ۱۰۰۰
- قیمت: ۸۰۰۰ تومان
- کد کتاب: ۲۲۲
- شابک: ۹۶۲۰۰۲۷۲-۶۰۰-۹۷۸
- ISBN: 978-600-272-620-9

- شماره تلفن های بخش فروش و پذیرش نمایندگی:

• تهران: خیابان کهنه پل و دانشگاهی
 • دپارتمان کتب زبان - حقوق، کارشناسی ارشد و دکتر: ۰۲۱-۶۶۴۰۰۱۱۵
 • دپارتمان کتب زبان و دانشگاه (دانشگاه): ۰۲۱-۶۶۴۰۰۱۱۵

- فروشگاه شماره (۱) انتشارات راه: انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، نشن خیابان شهدای ژاندارمری، پلاک ۲۷۷
- تلفن فروشگاه: ۰۲۱-۶۶۴۰۰۱۲۷ - ۰۲۱-۶۶۴۰۰۱۱۵ - ۰۲۱-۶۶۴۰۰۰۸۴
- ایمیل: Info@rahpub.com
- فروشگاه اینترنتی: www.rahpub.com
- پیامک: ۳۰۰۰۸۶۲۲۲۲۲

کلیه حقوق این کتاب برای انتشارات راه محفوظ است.

هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق استفاده از عنوان کتاب تحلیلی و همچنین چاپ و نشر تمام یا بخشی از این اثر را به هر صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب یا جزوه و حتی برداشت به صورت دستی ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده‌ی قانون حمایت از ناشران تحت پیگرد جدی قانونی قرار میگیرند.

مقدمه ناشر

سخنی کوتاه با دانشجویان عرصه علم و دانش

انتشارات راه در بدو تأسیس به دنبال شیوه‌های نوین و جذابی بوده است تا بتواند تفکر، دیدگاه و گام جدیدی در عرصه‌ی ارائه کتب کمک آموزشی بردارد که خوشبختانه تا به امروز هرچند کم در این راه به توفیقاتی دست یافته است. این انتشارات تاکنون ارائه‌ی شیوه‌های نوین آموزشی را در قالب کتبی با عناوین زیر منتشر نموده است.

Flash Book	۱
کتاب تحلیلی	۲
کتاب راهنما	۳
کتاب کار	۴
کتاب نکات برتر	۵
کتاب مجموعه سوالات	۶
فلش کارت	۷
Tick & Learn	۸
آزمون تحلیلی	۹
کتاب جیبی	۱۰
کتاب مجموعه سوالات	۱۱
کتاب آزمون های ادوار گذشته	۱۲
پیک راه	۱۳
سی دی های آموزشی	۱۴

کتاب و روش های ابداعی و انحصاری انتشارات راه تحولی بزرگه در ایران و جهان در عرصه کتب کمک آموزشی

آزمون تحلیلی - کتاب تحلیلی - Flash Book - Tick & Learn

- کتاب تحلیلی که روش ابداعی و جدیدی در شیوه نگارش کتاب محسوب می شود. قابلیت چندین کتاب در یک کتاب (راهنما- کار- مجموعه سوالات- فلش کارت- آموزش نموداری- سیستم یادگیری Tick & learn و آزمون و ...) را دارا می باشد.
- کتاب Flash Book که یکی از کتب ابداعی و انحصاری انتشارات راه می باشد، قابلیت همزمانی فلش کارت و کتاب شدن و یک کتاب برای دو نفر را دارد.
- کتاب Tick & Learn که یکی دیگر از کتب ابداعی و انحصاری این انتشارات می باشد؛ با استفاده صحیح از این کتاب یادگیری کوتاه مدت وازگان شما را تبدیل به یادگیری دراز مدت می کند و...
- بنابراین هدف کلی این انتشارات از ارائه چنین کتبی، کنارگذاشتن روشهای آموزشی سنتی و قدیمی و گام نهادن در مسیر جدید با ایده و قالب های جدید و روز دنیا می باشد و روشهایی که بتواند از وقت و هزینه بیشتر دانشجو جلوگیری کند و در عین حال بهره وری و کارایی بیشتری داشته باشد.
- گرچه ممکن است در این راه کاستی ها و نقایصی برای رسیدن به حد عالی وجود داشته باشد که باید رفع شود. بنابراین این انتشارات از اساتید و دانشجویان نخبه، مبتکر و خلاق جهت پیشبرد اهداف عالی، دعوت به همکاری و مساعدت می نماید و امید است که با نظرات و پیشنهادهای سازنده تان ما را یاری رسانید.

فهرست مطالب

فصل اول:

بازاریابی چیست؟

- ۵..... شرح درس
- ۱۷..... آزمون تألیفی
- ۱۹..... پاسخنامه
- ۲۰..... آزمون جامع
- ۲۰..... پاسخنامه

فصل دوم:

ارتباطات بازاریابی یکپارچه

- ۲۱..... شرح درس
- ۳۳..... آزمون تألیفی
- ۳۵..... پاسخنامه
- ۳۶..... سوالات آزمون در آزمون
- ۳۶..... پاسخنامه

فصل سوم:

دلایل اهمیت فزاینده ارتباط بازاریابی یکپارچه

- ۳۷..... شرح درس
- ۵۴..... آزمون تألیفی
- ۵۷..... پاسخنامه
- ۵۷..... سوالات آزمون در آزمون
- ۵۸..... پاسخنامه

فصل چهارم:

آمیخته ترفیع: ابزارهایی برای ارتباطات بازاریابی ...

- ۵۹..... شرح درس
- ۷۸..... آزمون تألیفی
- ۸۱..... پاسخنامه
- ۸۲..... سوالات آزمون در آزمون
- ۸۲..... پاسخنامه

فصل پنجم:

ترفیع فروش

- ۸۳..... شرح درس
- ۹۵..... آزمون تألیفی
- ۹۷..... پاسخنامه
- ۹۸..... سوالات آزمون در آزمون
- ۹۸..... پاسخنامه

فصل ششم:

(IMC) ارتباط با مخاطبان را مورد توجه قرار می‌دهد

- ۹۹..... شرح درس
- ۱۰۹..... آزمون تألیفی
- ۱۱۱..... پاسخنامه
- ۱۱۲..... سوالات آزمون در آزمون
- ۱۱۲..... پاسخنامه

فصل هفتم:

تحلیل موقعیت برنامه ترفیعی

- ۱۱۳..... شرح درس
- ۱۲۳..... آزمون تألیفی
- ۱۲۵..... پاسخنامه
- ۱۲۶..... سوالات آزمون در آزمون
- ۱۲۶..... پاسخنامه

فصل هشتم:

تحلیل فرآیند ارتباطات

- ۱۲۷..... شرح درس
- ۱۳۷..... آزمون تألیفی
- ۱۳۹..... سوالات آزمون در آزمون
- ۱۴۰..... سوالات آزمون در آزمون
- ۱۴۰..... پاسخنامه

فصل نهم:

خلاصه و نکات برتر فصول اول تا هشتم

- ۱۴۱..... خلاصه و نکات برتر فصول اول تا هشتم
- ۱۵۱..... سوالات آزمون در آزمون

فصل دهم:

منابع و مآخذ

- ۱۵۷..... Appendix
- ۱۶۰..... منابع