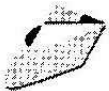


۲۰۹۵۰۰۷
۵۲۱۴۱۴



مجموعه فرمت‌های متن
دیباگران تهران

به نام خدا



مجموعه فرمت‌های متن
دیباگران تهران

سرخ بازیابی

مؤلفان:

محمد رسولی

حانیه میرزایی

احسانه نظری



هر گونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

« عنوان کتاب سرنخ بازاریابی

« مولفان: محمد رسولی-حانیه میرزایی-احسانه نظری

« ناشر: موسسه فرهنگی همی، دیبگران تهران

« صفحه آرائی: نازنیر نصیری

« نوبت چاپ: اول

« تاریخ نشر: ۱۳۹۸

« چاپ و صحافی: درج عقیق

« تیراژ: ۱۰۰ جلد

« قیمت: ۷۵۰۰۰۰ ریال

« شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۲۷۲-۴

« نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

« تلفن: ۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

« فروشگاههای اینترنتی دیبگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibbook.ir

www.dibagarantehran.com

« نشانی تلگرام: @mftbook

« نشانی اینستاگرام ديبا dibagaran_publishing

« هر کتاب ديباگران، يك فرصت جديد شغلي.

« هرگوشي همراه، يك فروشگاه كتاب ديباگران تهران.

« از طريق سايتها و اپ ديباگران، در هر جاي ايران به كتابهاي ما دسترسي داريد.

« سرشناسه: رسولی، محمد، ۱۳۶۸-
« عنوان و نام پدیدآور: سرنخ بازاریابی / مولفان: محمد رسولی، حانیه میرزایی، احسانه نظری.
« مشخصات نشر: تهران: دیبگران تهران: ۱۳۹۸
« مشخصات ظاهری: ۳۲۲ ص: مصور.
« شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۲۷۲-۴
« وضعیت فهرست نویسی: فیبا یادداشت: کتابنامه.
« موضوع: رابطة Marketing
« موضوع: کسب و کار Business
« شناسه افزوده: میرزایی، حانیه، ۱۳۷۴-
« شناسه افزوده: نظری، احسانه، ۱۳۶۴-
« رده بندی کنگره: H۲۰۵۴۱۵
« رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸
« شماره کتابشناسی ملی: ۶۰۸۹۸۰۸

فهرست مطالب

۱۳..... مقدمه ناشر

۱۴..... پیشگفتار

فصل ۱

۱۸..... بازارهای مالی؛ دانش یا تجربه

۱۹..... مقدمه

۲۰..... نقش‌های مختلف مدیریت

۲۵..... دوگانگی مدیریت

۲۸..... جمع‌بندی

فصل ۲

۲۹..... مفهوم مدرن بازاریابی

۳۰..... مقدمه

۳۰..... تعریف بازاریابی

۳۶..... مفاهیم بازاریابی (بازاریابی در گذر زمان)

۵۱..... ابعاد بازاریابی

۵۳..... رضایت مشتری

۶۱..... جمع‌بندی

فصل ۳

۶۳..... سطوح بازاریابی

۶۴..... مقدمه

۶۴..... سطوح بازاریابی

۶۴..... ۱- سطح فردی (بازاریابی فردی)

۷۴..... ۲- سطح سازمانی (بازاریابی سازمانی)

۸۴..... ۳- سطح فراسازمانی (بازاریابی فراسازمانی)

۹۰..... جمع‌بندی

فصل ۴

۹۳	تغییرات تکنولوژی و بازاریابی
۹۴	مقدمه
۹۵	گفتمان یا مشتری
۱۰۱	کسب و کار مخرب
۱۰۶	سیر تحول تجارت
۱۱۳	محصول یا کوسیستم
۱۲۰	بخش جا، مشت، یان
۱۲۵	بازاریابی زوایای واقعی
۱۳۰	بازاریابی مبتنی بر آشنایی
۱۳۵	جمع‌بندی

فصل ۵

۱۳۸	مدل کسب و کار
۱۳۹	مقدمه
۱۴۱	دیدگاه پرنده‌ای
۱۴۳	مدل کسب و کار
۱۴۳	جمع‌بندی

فصل ۶

۱۷۵	جهت‌گیری‌های کلان بازاریابی
۱۷۶	مقدمه
۱۷۹	برند
۱۸۲	الگوبرداری
۱۸۴	چشم‌انداز
۱۹۷	مأموریت
۲۰۴	استراتژی
۲۰۷	استراتژی STP
۲۱۸	جمع‌بندی

فصل ۷

۲۲۰	ابزارهای تحلیلی استراتژی بازاریابی
۲۲۱	مقدمه
۲۲۳	تحلیل محیط کلان با ابزار PEST/PESTEL
۲۲۳	تحلیل محیط با ابزار SWOT
۲۴۰	بررسی وضعیت محصولات و خدمات با ماتریس BCG
۲۴۸	جمع‌بندی

فصل ۸

۲۵۰	آمیخته بازاریابی
۲۵۱	مقدمه
۲۵۲	آمیخته بازاریابی
۲۵۶	P اول: کالا
۲۶۰	P دوم: قیمت
۲۶۸	P سوم: مکان
۲۷۱	P چهارم: تبلیغات پیشبرد فروش
۲۸۰	P پنجم: فرایندها
۲۸۵	P ششم: افراد
۲۸۸	P هفتم: شواهد فیزیکی
۲۹۱	جمع‌بندی

فصل ۹

۲۹۳	تاب‌آوری در محیط رقابتی
۲۹۴	مقدمه
۲۹۴	دوره عمر محصول
۳۰۲	تحلیل محیط رقابتی
۳۰۹	استراتژی گاو بنفش
۳۱۳	مدل‌های انتشار
۳۱۹	جمع‌بندی
۳۲۱	منابع و مأخذ

خط مشی کیفیت انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌فروشی است که تواند خواسته‌های بروز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد. هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی

محمد سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، علوم پایه و به ویژه علوم کامپیوتر و انفورماتیک گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌ی علوم و توسعه و افزاینده آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح چهار سطح است. این گسترش و توسعه نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش روشن می‌نماید.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری جمعی از اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران، محققان و نیز پرسنل ورزیده و ماهر در زمینه امور نشر درصدد هستند تا با تلاش‌های مستمر خود برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پربار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهند.

کتابی که در دست دارید با همت "جناب آقای محمد رسولی" و سایر کارخانم‌ها حایه میرزایی - احسانه نظری" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر شده که ایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

کارشناسی و نظارت بر محتوا: زهره قزلباش

در خاتمه ضمن سپاسگزاری از شما دانش‌پژوه گرامی درخواست می‌نماید با مراجعه به آدرس dibagaran.mft.info (ارتباط با مشتری) فرم نظرسنجی را برای کتابی که در دست دارید تکمیل و ارسال نموده، انتشارات دیباگران تهران را که جلب رضایت و وفاداری مشتریان را هدف خود می‌داند، یاری فرمایید.

امیدواریم همواره بهتر از گذشته خدمات و محصولات خود را تقدیم حضورتان نماییم.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
bookmarket@mft.info