



ادبیان روز

بازاریابی استراتژیک

تألیف:

تاد می‌ادین - کورت متزلر - لری رینگ

ترجمه:

دکتر مسعود کیماسی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)

مژده خرنویس

سرشناسه:	مرادیان، تاد آ، Mooradian, Todd A.
عنوان و نام پدیدآور:	بازاریابی استراتژیک / تألیف تاد مورادیان، کورت متزلر، لری ریگ؛ ترجمه مسعود کیماسی، مزده خوشنویس.
مشخصات نشر:	تهران: ادیبان روز، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری:	۶۶۴ ص.
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۶۱۵۶-۵۵-۴
وضعیت فهرست‌نویسی:	فیبا
یادداشت:	عنوان اصلی: Strategic marketing, c2012
موضوع:	بازاریابی - مدیریت
موضوع:	Marketing - Management
شناسه افزوده:	کیماسی، مسعود، ۱۳۵۷- مترجم
شناسه افزوده:	خوشنویس، مزده، ۱۳۷۰- مترجم
رده‌بندی کنگره:	HF۵۴۱۵ / ۱۳
رده‌ی دیویی:	۶۵۸/۸
شناسه کتابشناسی ملی:	۵۷۵۸۸۷۱
موضوع:	الهی شریقات
موضوع:	وحید پناهی شائق
موضوع:	۱۰۰۰ جلد
قیمت:	۹۵۰۰۰ تومان
نویت چاپ:	چاپ اول
چاپ و صحافی:	سرمه

کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می‌باشد و هرگونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه‌های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، ساختمان ۸۶، طبقه اول، واحد ۵

تلفن: ۶۶۹۵۶۸۱۲-۱۵

خرید اینترنتی از طریق:

www.adibanbook.ir
info@adibanbook.ir



انتشارات ادیبان روز



پیشگفتار

دسترسی به مشتریان هدف، بیش از پیش آسان‌تر شده است اما بسیاری از بازاریابان توانایی ایجاد برندهای قوی و انجام اقدامات عالی برای دستیابی به نتایج مهم را ندارند. برای دستیابی به نتایج مطلوب، رهبران بازاریابی باید جایگاه برتری در شرایط رقابتی امروز به دست آورند، اهداف تجاری را دنبال نمایند و به مصرف‌کنندگان مزایای منحصر به فرد ارائه دهند.

در این کتاب شما با استراتژی‌های رهبران بازار در دنیا آشنا می‌شوید و می‌آموزید که چگونه مشتریان سودآور را هدف قرار دهید و نیازهایشان را برآورده نمایید. همچنین، این کتاب به تدوین استراتژی‌های مناسب و اجرای مؤثر آنها کمک می‌کند.

مطالب این کتاب در ۴۷ فصل به صورت مجزا ارائه می‌شود که هر کدام به صورت مفصل و کاربردی به نکاتی در مورد بازاریابی استراتژیک می‌پردازد. می‌توان گفت که مباحث اولیه کتاب شامل ضمایم به مطالب کاربردی، اصول‌های ریاضی، کاربرگ‌های راهنما و تمرین‌هایی برای برنامه بازاریابی استراتژیک اختصاص دارد. از طرف دیگر، مباحث بعدی کتاب، به صورت مفصل به سرفصل‌های خاص مدیریت بازاریابی استراتژیک شامل تحلیل شرکت، محیط، صنعت، رقیب و مشتری، چرخه عمر محصول، استراتژی بازار، تکنیک‌های بازاریابی و مواردی از این قبیل می‌پردازند.

امیدواریم که رضایت کلیه اساتید، پژوهشگران، مشران، مدیران، دانشجویان و علاقه‌مندان حاصل گردد.

فهرست مندرجات

عنوان

صفحات

۱۱	فصل اول: ضمیمه: ریاضی مالی مقدماتی برای استراتژی بازاریابی
۲۹	فصل دوم: ضمیمه: تمرین برنامه بازاریابی استراتژیک
۴۹	فصل سوم: ضمیمه: یادداشت یک صفحه‌ای
۵۵	فصل چهارم: ضمیمه: تحلیل موردی و تصمیمات اقدام‌محور
۷۵	فصل پنجم: مرور استراتژی بازاریابی و فرآیند بازاریابی استراتژیک
۸۹	فصل ششم: ارزیابی وضعیت - محیط خارجی
۱۰۵	فصل هفتم: ارزیابی وضعیت - محیط داخلی
۱۲۱	فصل هشتم: تدوین استراتژی
۱۳۵	فصل نهم: اجرا
۱۶۳	فصل دهم: برنامه‌ریزی، ارزیابی و اصلاح
۱۷۹	فصل یازدهم: تعریف بازار
۱۸۹	فصل دوازدهم: محیط - تحلیل PEST
۱۹۷	فصل سیزدهم: ارزیابی مشتری - روندها و بینش‌ها
۲۱۷	فصل چهاردهم: رفتار خریدار مصرفی و سازمانی
۲۴۱	فصل پانزدهم: تحلیل رقیب - هوشمندی رقابتی
۲۴۹	فصل شانزدهم: ارزیابی شرکت - مأموریت‌ها و چشم‌اندازها
۲۵۹	فصل هفدهم: ارزیابی شرکت - زنجیره ارزش
۲۶۷	فصل هجدهم: تحلیل صنعت
۲۷۷	فصل نوزدهم: چرخه عمر محصول
۲۹۵	فصل بیستم: تأثیرات منفی تجربه بر کاهش هزینه

۳۰۳	فصل بیست و یکم: صرفه‌های اقتصادی و عدم صرفه‌های اقتصادی به مقیاس
۳۰۹	فصل بیست و دوم: صرفه‌های اقتصادی تولید/هم‌افزایی‌ها و چرخه‌های مؤثر
۳۱۳	فصل بیست و سوم: تأثیرات سهم بازار
۳۲۷	فصل بیست و چهارم: تحلیل سناریو
۳۳۷	فصل بیست و پنجم: مفهوم بازاریابی
۳۴۵	فصل بیست و ششم: استراتژی بازاریابی چیست؟
۳۵۳	فصل بیست و هفتم: استراتژی‌های عمومی - مزیت و قلمرو
۳۶۵	فصل بیست و هشتم: استراتژی‌های عمومی - نقشه ارزش
۳۸۱	فصل بیست و نهم: استراتژی‌های عمومی - استراتژی‌های رشد محصول-بازار
۳۹۳	فصل سی: استراتژی‌های خاص بازاریابی
۴۰۹	فصل سی و یکم: بخش‌بندی بازار
۴۲۳	فصل سی و دوم: بازاریابی مبتنی بر رویه‌ری، جانب حفظ مشتری
۴۳۹	فصل سی و سوم: ارزش دوره عمر مشتری
۴۴۹	فصل سی و چهارم: مزایای رقابتی
۴۶۳	فصل سی و پنجم: تحلیل سوات
۴۷۱	فصل سی و ششم: هدف‌گیری
۴۷۹	فصل سی و هفتم: جایگاه‌یابی
۴۹۱	فصل سی و هشتم: تحقیقات بازار مشتری‌مدار
۵۰۹	فصل سی و نهم: برندها و برندینگ
۵۲۷	فصل چهل: محصولات - توسعه محصول جدید
۵۴۳	فصل چهل و یکم: محصولات - نوآوری‌ها

۵۵۹	فصل چهل و دوم: محصولات- پورتفوی محصول
۵۷۵	فصل چهل و سوم: استراتژی‌های قیمت‌گذاری
۵۹۵	فصل چهل و چهارم: ترفیع و افراد- ارتباطات بازاریابی یکپارچه
۶۱۵	فصل چهل و پنجم: مکان- توزیع
۶۳۳	فصل چهل و ششم: بودجه‌ها، پیش‌بینی‌ها و اهداف
۶۴۹	فصل چهل و هفتم: ارزیابی و اصلاح

www.ketab.ir

