



۲۰۲۹۷۰۴

مجموعه کتاب های بازاریابی الکترونیکی
جلد دوم: بازاریابی اینترنتی

مترجمان:

دکتر بهرام خری

مهناز عباسی

عنوان و نام پدیدآور	بازاریابی اینترنتی/مترجمان بهرام خیری، مهناز عباسی.
مشخصات نشر	تهران: آوینا قلم، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۹۵ص: مصور.
فروست	مجموعه کتاب‌های بازاریابی الکترونیکی؛ جلد دوم.
شابک	978-600-99662-7-1 دوره: 8-8-978-600-99662-7-1 : ۱۳۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
یادداشت	عنوان اصلی: Internet Marketing: Online Marketing Fundamentals.
یادداشت	کتابنامه
یادداشت	راژه‌نامه
موضوع	بازاریابی اینترنتی
موضوع	Internet marketing
موضوع	شبکه‌ها: اجتماعی پیوسته
موضوع	Online social network
شناسه افزوده	خیری، بهرام، مترجم
شناسه افزوده	عباسی، مهناز، مترجم
شناسه افزوده	Abbasi, Mahnaz
رده بندی کنگره	۱۳۹۷ ب۲ / HF۵۴۱۵/۱۲۶۵
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	۵۴۸۷۲۸۴

نام کتاب:	مجموعه کتاب‌های بازاریابی الکترونیکی، جلد دوم: بازاریابی اینترنتی
نویسندگان:	بهرام خیری، مهناز عباسی
ناشر:	انتشارات آوینا قلم
مدیر مسئول:	نیره وهاب‌پور
سال نشر:	۱۳۹۷
شمارگان:	۱۰۰۰
نوبت چاپ:	اول
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۹۹۶۶۲-۸-۸
شابک دوره:	۹۷۸-۶۰۰-۹۹۶۶۲-۷-۱
قیمت:	۱۷۰۰۰ تومان
آدرس:	میدان انقلاب اسلامی خ کارگر جنوبی خ وحید نظری ساختمان نادری ۳۲۰ واحد اول تلفن ۶۶۴۸۱۳۳۰-۶۶۵۷۳۰۴۳-۶۶۹۶۳۱۲۷

مقدمه‌ی مولف

هنگامی که وارد هزاره سوم شدیم، یکی از مهم‌ترین اتفاقات در زندگی روزمره را تجربه کردیم، انتقال به جامعه اینترنتی، طبق گفته مارک آندریسن، ۸۰۰ میلیون کاربر اینترنت در سراسر جهان تا انتهای ۲۰۰۴ وجود داشت و انتظار می‌رود که این تعداد در دهه بعد، به ۳ میلیارد نفر برسد.

فناوری همواره در حال تغییر و تحول بوده و هیچگاه به نقطه تعادل نخواهد رسید و این به دو علت است. نخست آن که علم بشری هیچگاه کامل نخواهد شد و روز به روز بر آن افزوده می‌شود. لذا فناوری با تکنولوژی هرگز آنقدر کامل نمی‌شود که نتوان آن را بهبود داد و دانش جدید موجب تغییر و اصلاح فناوری‌های قدیمی خواهد شد. دوم آن که فناوری به عنوان ابزاری در راستای توسعه اقتصادی محسوب می‌شود و بشر همواره به دنبال روش‌های جدید به منظور افزایش بهره‌وری، نوآوری کار و سرمایه‌گذاری بوده تا بتواند ثروت بیشتری را تولید کرده و رشد اقتصادی را تسریع نماید. بنابراین رقابت، نوآوری، مویجات افزایش مزیت رقابتی و موفقیت اقتصادی کشورها و سازمان‌ها را به دنبال خواهد داشت.

انقلاب شگرف الکترونیک در اواسط سده بیستم، اختراع کامپیوتر و گسترش شبکه‌های ارتباطی از یک سو و نیاز بشر به استفاده از اطلاعات به دیگر سو، موجب پیدایش فناوری اطلاعات گردید. جهانی که پس از سپری کردن دوره کشاورزی با تمام فراز و نشیب‌ها و مان‌خیزی خود با وقوع انقلاب صنعتی به دوره صنعت و بهره‌گیری از فناوری مولد روی آورد. با ظهور شبکه‌های کامپیوتری، توسعه ارتباطات اینک به عصری جدید مرسوم به عصر اطلاعات یا می‌نهد. عصر اطلاعات جامعه بشری را با ویژگی‌های جدید در کلیه ابعاد مختلف مواجه ساخته است. از چنین جامعه‌ای با عنوان جامعه اطلاعاتی یاد می‌شود. در این گونه از جوامع مفاهیم سنتی موجود در زمینه‌هایی همچون اقتصاد، آموزش، کسب و کار، مدیریت، تجارت و جنگ دچار تغییر می‌گردد. فناوری اطلاعات به عنوان محور تشکیل جوامع اطلاعاتی امروزه مورد توجه اکثر کشورهای جهان قرار گرفته است به گونه‌ای که از جایگاهی خاصی در برنامه توسعه آن‌ها برخوردار است.

دکتر بهرام خیری

مهنار عباسی

مستان ۱۳۹۷

فهرست مطالب

2-7	مبانی بازاریابی اینترنتی
8-15	آنالیز وب
16-23	مبانی بهینه‌سازی تبدیل
24-31	مبانی بازاریابی موتور جستجو
32-40	مبانی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی
41-49	مبانی بهینه‌سازی موتور جستجو یا سئو
50-56	بازاریابی ایمیل
57-61	بازاریابی معرّفی یا بازاریابی پور سالتی
62-65	مراحل توسعه استراتژی بازاریابی اینترنتی
66-68	تولید لید
69-77	واژه نامه بازاریابی اینترنتی
78-84	پرسش نامه
85-86	نتیجه گیری

www.ketaboo.ir