

مدل‌های مدیریت و بازاریابی

هلن استرانگ

۲۱۳۴۵۸۷

نوم

خاطره ایصری

www.ketab.ir

سرشناسه : استرانگ، هلن Strong, Helen | عنوان و نام پدیدآور : مدل‌های مدیریت و بازاریابی، هلن استرانگ؛ مترجم خاطره قیصری. | مشخصات نشر : تهران، نشر انتخاب، ۱۳۹۹ | مشخصات ظاهری : ۲۲۲ جدول، نمودار. | شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۷۳۰-۲۱۰-۳
وضعیت فهرست نویسی : فیپا | یادداشت : عنوان اصلی،
Marketing and Management Models, 2014
| موضوع : بازاریابی - مدیریت | موضوع : Marketing -- Management
| موضوع : کسب و کار | موضوع : Business | رده بندی کنگره : HF ۲۴۱۵/۱۳
رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۰۲ | شماره کتابشناسی ملی : ۷۲۸۹۵۴۸



نشر انتخاب
ناشر کتاب‌های دانشگاهی

مدل‌های مدیریت و بازاریابی
هلن استرانگ

مترجم خاطره قیصری
| حروفچینی موسسه مهر | چاپ و صحافی موسسه مهراد |
| چاپ اول ۱۳۹۹ | شمارگان ۱۰۰ جلد |
| شابک ۹۷۸-۶۲۲-۷۳۰۲-۱۰-۳ |

حق چاپ محفوظ است

خیابان ۱۲ فروردین، خیابان شهدای ژاندارمری، شماره ۱۲۶، طبقه چهارم

www.nashreentekhab.com
nashreentekhab@gmail.com

فهرست

فصل ۱	ماتریس آرتور د. لیتل	۵
فصل ۲	منحنی نقطه‌ای پذیرش	۱۵
فصل ۳	ماتریس، رسد آنسوف	۱۸
فصل ۴	شکاف اعتباری	۲۶
فصل ۵	ارزش ویژه برند	۳۱
فصل ۶	تشدید برند	۳۸
فصل ۷	نردبان برند	۴۲
فصل ۸	برنامه‌های وفاداری به برند	۴۶
فصل ۹	تغییر برند	۵۰
فصل ۱۰	دنده مشارکت	۵۷
فصل ۱۱	هدفمندی ارتباطات	۶۲
فصل ۱۱	تصمیم‌گیری مشتری	۶۹
فصل ۱۳	مدل تصمیم‌گیری مشتری برای کمک محیط صنعت خدمات	۷۶
فصل ۱۴	رفتار تغییر کالا از سوی مشتری	۸۰
فصل ۱۵	بازی انگاری	۸۶
فصل ۱۶	تحلیل شکاف	۹۱
فصل ۱۷	یکپارچگی فرهنگی در بازاریابی	۹۶
فصل ۱۸	تحلیل میدان نیرو	۱۰۲
فصل ۱۹	نظریه کوه یخی: شناسایی مشکل تحقیق بازاریابی	۱۰۷
فصل ۲۰	بردارهای بازاریابی یکپارچه	۱۱۱
فصل ۲۱	نمودار ایشیکاوا (استخوان ماهی)	۱۱۴
فصل ۲۲	هفت قلمرو - فرصت‌های کسب‌وکار	۱۲۰
فصل ۲۳	نقشه‌های ادراکی	۱۲۵

فصل ۲۴	تحلیل نیروهای پنج‌گانه پورتر	۱۲۹
فصل ۲۵	موقعیت‌یابی	۱۳۵
فصل ۲۶	سیکل عمر کالا	۱۳۹
فصل ۲۷	نقشه راه	۱۴۵
فصل ۲۸	مدل سرکوال	۱۵۰
فصل ۲۹	سیستم برنامه ریزی SOSTAC	۱۵۸
فصل ۳۰	تحلیل سهامدار	۱۶۲
فصل ۳۱	بهوم رنجیره عرضه	۱۶۹
فصل ۳۲	تاسایی بازار هدف	۱۷۸
فصل ۳۳	مانیجر مهم	۱۸۵
فصل ۳۴	واژه‌نام اصطلاحات	۱۸۹
نتیجه‌گیری		۲۱۹