

بسم الله الرحمن الرحيم

۲۱-دست نامه:

آشنایی با الگوها و تکنیک‌های مدیریت بازاریابی بین‌الملل در کسب و

کار



مؤلفین:

سید احمد قاسمی؛ عضو هیات علمی پژوهشکده فرهنگ و هنر و

معماری

مسلم خانی؛ استاد دانشگاه و مشاور کسب و کار و کارآفرینی

۱۳۹۸



وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

سرشناسه

عنوان و نام پدیدآور

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری

فهرست

رایک

وضعیت فهرست نویسی

بازداشت

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

شناسه افزوده

شناسه افزوده

رده بندی کنگره

رده بندی دیویی

شماره کتابشناسی ملی

فاسمی، سیداحمد، ۱۳۴۷ -

آشنایی با الگوها و تکنیک‌های مدیریت بازاریابی بین الملل در کسب و کار / نویسنده سیداحمد قاسمی، هسل

: [برای] وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.

سازش: انتشارات کار و دانشگاه، ۱۳۹۸.

: ۱۱۶ ص. مصور (رنگی)، جدول (رنگی)؛ ۲۱/۵×۲۱/۵ سم.

: دستانه: ۲۱.

: ۱۲۰۰۰۰:۹۷۸-۶۲۲-۶۵۸۱-۲۲-۶ رایک

فبیا

: کتابنامه.

: صادرات و واردات - بازاریابی - مدیریت

: Export marketing -- Management

: صادرات و واردات - بازاریابی

: Export marketing

: نویسنده، ۱۳۵۲ -

: تهران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

: ۱۳۹۸

: ۶۲۲/۸۴

: ۶۲۲/۸۴۶۹۱

عنوان: ۲۱-دست نامه

آشنایی با الگوها و تکنیک‌های مدیریت بازار بین الملل در کسب و کار

نویسنده: سید احمد قاسمی / مسلم خانی

ناشر: ساری - انتشارات کارودانشگاه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۸

تاریخ نشر: ۱۳۹۸

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۵۸۱-۲۲-۶



صفحه

عنوان

- ۲۶.....بازاریابی بین الملل:
- ۲۷.....بازاریابی بین‌الملل:
- ۲۸.....مقدمه:
- ۳۱.....ضرورت ورود به مشاغل نو چیست؟
- ۳۲.....توسعه رشته‌های بین‌رشته‌ای
- ۳۴.....دوره‌های علمی دانشجویان
- در استراتژی بازار عناصر استراتژیک برای شروع کسب و کار و ورود به بازار شامل چه چیزهایی می‌تواند باشد؟
- ۳۶.....
- ۳۹.....فرق مشتری با مشتری
- ۳۹.....مزایای مهم در بازاریابی شامل کدام یک از گزینه‌های بازاریابی می‌شود؟
- ۴۰.....منظور از استراتژی تمایز differentiation چیست؟
- ۴۱.....منظور از Product در بازاریابی چیست؟
- ۴۲.....مفهوم Kpi چیست و چه نقشی در استراتژی بازاریابی دارد؟
- ۴۳.....عوامل مربوط به محیط کسب و کار و بازار که در بازاریابی مؤثرند کدامند؟
- ۴۴.....در مدیریت بازاریابی به چه نکاتی باید بیشتر توجه کرد؟
- ۴۵.....حالت‌های بازار را با نمودار توضیح دهید؟
- ۴۶.....عوامل مؤثر بر تغییر در بازار را تحلیل کنید؟
- ۴۷.....انواع شاخص‌های مؤثر در بازاریابی کدامند؟
- ۴۸.....انواع روش‌های ورود به بازار را بیان کنید؟
- ۵۲.....نکته:
- ۵۹.....بازاریابی بین‌الملل چیست؟
- ۶۰.....تعریف نیاز در بازاریابی چه عناصری را در بر می‌گیرد؟
- ۶۱.....مفهوم Actual در بازاریابی چیست؟
- ۶۱.....یک مدل خوب synergy:

۶۱. سه بخش یک سازمان در مدیریت بازاریابی کدامند؟
۶۲. بخش‌های مربوط به یک برنامه استراتژیک در بازاریابی کدامند؟ آن‌ها را تحلیل کنید؟
۶۳. جریان اطلاعات در بازاریابی کدامند؟
۶۴. منظور از گروه کسب و کار چیست؟
۶۵. روش ورود به بازار کدام است؟ آن را تحلیل کنید؟
۶۵. اطلاعات در بازاریابی از چه بخش‌هایی تشکیل می‌شود؟
۶۶. انواع محصولات و ترکیب آن چیست؟
۶۶. عناصر اصلی برنامه استراتژیک بازاریابی کدامند؟
۶۷. عوامل متغیر در بازاریابی شامل چه موضوعاتی می‌شوند؟
۶۸. فرآیند مدیریت موفق در بازار بین‌الملل شامل چه مواردی می‌شود؟
۷۰. انواع muda:
۷۱. عوامل محیطی مؤثر در بازاریابی شامل چه مواردی می‌شود؟
۷۲. شاخصه یک پروژه چیست؟
۷۳. معیارها و روش‌های ورود به بازارهای بین‌الملل چه صورتی است؟
۷۴. معیارها دارای چند بخش است؟ آنها را تحلیل کنید؟
۷۵. معیارهای خارجی External
۷۵. معیارهای داخلی Internal
۷۶. جدول ارزیابی استراتژیک در بازاریابی محصول را ترسیم و تحلیل کنید؟
۸۰. نمودار برنامه‌ریزی استراتژیک بازار به چه معنی است؟
۸۱. فرآیند تحقق یک برنامه استراتژیک در زمینه بازار شامل چه عناصری است؟
۸۲. آیا اول وارد بازار شویم؟ اگر وارد بشویم به چه شکل باید باشد؟
۸۳. تصمیم‌گیری در بازار و فرآیند آن چیست؟
۸۳. عوامل مؤثر در فرآیند تصمیم‌گیری کدامند؟
۸۴. استراتژی‌های بازاریابی بین‌الملل را با نمودار توضیح دهید؟
۸۴. سازمان مناسب برای ورود به بازار چیست؟