



۳- دست نامه:

آشنایی با الگوها و تکنیک‌های کاربردی

فروش در کسب‌وکار



مؤلفین:

سید احمد قاسمی؛ عضو هیئت علمی پژوهشکده فرهنگ و

هنر و معماری

مسلم خانی؛ استاد دانشگاه و مشاور کسب‌وکار و کارآفرینی

مهر ۱۳۹۶



فصلنامه علمی-پژوهشی

سرشناسه	قاسمی، سیداحمد، ۱۳۴۷ آذر -
عنوان و نام پدیدآور	فروش در کسب و کار/ مولفین سیداحمد قاسمی، مسلم خانی؛ ویراستار اشرف اسادات قاسمی.
مشخصات نشر	ساری: انتشارات کار و دانشگاه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۱۰ ص.: مصور (رنگی). : ۲۱/۵×۱۴/۵ سم.
فروست	آشنایی با الگوها و تکنیک‌های کاربردی: دست‌نامه ۲.
شابک	978-622-6581-05-9: ۱۱۰۰۰۰ ریال
وضعیت فرآیند نویسی	فیها
بازداشت	کتابنامه.
موضوع	فروشنده
موضوع	Selling
موضوع	آگهی‌های تبلیغاتی
موضوع	Advertising
موضوع	مطابق در بازاریابی
موضوع	Communication in marketing
موضوع	کسب و کار
موضوع	Business
شناسه افزوده	خانی مسلم.
رده بندی کنگره	۵۴۵/۸۰ (ف۲۰۰)
رده بندی دیویی	۶۲۷/۸۵
شماره کتابشناسی ملی	۵۰۴۶۳۶۱

عنوان: ۳- دست نامه

آشنایی با الگوها و تکنیک‌های کاربردی فروش در کسب و کار

نویسنده: سید احمد قاسمی / مسلم خانی

ناشر: ساری- انتشارات کار و دانشگاه

نوبت چاپ: اول- ۱۳۹۸

تاریخ نشر: ۱۳۹۸

شابک:



Email: s_A_ghasemy@Yahoo.com

سایت: www.imc21.ir

فهرست

صفحه	عنوان
	Contents
۱۷	مدیریت زمان و خلق ارزش افزوده
۱۹	اصلاح فرایند با مدیریت زمان
۲۱	توجه به مدیریت زمان در نگاه بلندمدت در کسب و کار
۲۲	اهمیت کاهش زمان تولید
۲۳	استراتژی و مدیریت زمان
۲۵	تولید و ساخت و مدیریت زمان
۲۶	زمانبندی چرخه تولید
۲۸	تولید و مدیریت زمان
۳۰	موارد اولیه قابل دسترسی
۳۲	سرعت و زمان راهاندازی کسب و کار
۳۵	عوامل مؤثر در تولید
۳۶	عوامل تولید
۳۷	۵. روش‌ها (شیوه‌های کار)
۳۷	سازمان تولید
۳۸	عوامل تولید کدامند؟
۳۹	فناوری و اهمیت آن
۴۰	فرایند ایجاد تکنولوژی

- مواد خام و اولیه ۴۱
- مواد و لوازم مصرفی مورگنیاز: ۴۱
- ابزار تولید ۴۲
- سیستم تولید ۴۳
- مداخلات سیستم تولید ۴۳
- مهارت تولید ۴۴
- مدیریت ۴۵
- هدف بهر رسی ۴۵
- کارایی و اثربخشی ۴۶
- صنعت ۴۷
- کارخانه ۴۷
- تولید مداوم و متناوب (منقطع) ۴۸
- واحد تولید ۴۹
- سازمان تولید و وظایف سیستم تولید ۵۱
- واحد سیستم ها و روش ها (بررسی های فنی) ۵۲
- روش سنجی و کار سنجی یا مهندسی روش ها ۵۴
- تفکیک عوامل و اجزای تشکیل دهنده کار ۵۴
- روش های بهره گیری از ماشین آلات محدود برای تولید محصول ۵۵
- نظام نظارت بر موجودی ۵۶
- نظام نظارت کیفی ۵۷

- ۵۹..... مدیریت هزینه تولید و کاهش قیمت تمام‌شده
- ۶۴..... یافته‌های تحقیقات و مطالعات بازاریابی
- ۶۵..... چند پرسش کلیدی برای فروش بیشتر
- ۶۸..... عوامل مؤثر در خرید و فروش کالا یا خدمات (قاسمی، ۱۳۸۶: ۱۹۰)
- ترسیه و راه کارهای افزایش فروش خدمات به مشتریان فعلی (قاسمی،
- ۷۰..... (veblog)
- ضرورت‌های تبلیغات در بازاریابی و روش‌های تبلیغی در رقابت با شرکتهای
- ۸۴..... توانمند را بیان کنید
- اساساً تبلیغات حرفه‌ای و بازاریابی مدرن را میتوان در سه بخش بررسی نمود،
- ۸۶..... آنها را نام ببرید؟
- ۹۵..... عوامل موجود در تبلیغ را بیان کنید
- ۹۷..... ماتریس ترغیب و کاربرد آن‌ها توضیح دهید
- ۹۸..... چهار سؤال پایه‌ای برای هر تبلیغی که باید به آن پاسخ داده شود کدامند؟
- ۹۹..... انواع رسانه‌ها را نام ببرید؟
- ۹۹..... کمپین تبلیغاتی چیست توضیح دهید؟
- ۱۰۱..... منظور از قدرت محصول چیست؟
- اولویت و عوامل مؤثر بر آن در انتخاب روش تبلیغ و نوع concept را توضیح
- ۱۰۲..... دهید؟
- ۱۰۳..... برنامه تبلیغات شامل چه عواملی میشود؟
- ۱۰۴..... منظور از ناهمسانی شناختی در خرید چیست؟
- ۱۰۷..... مدل داگمار DAGMAR درباره ترغیب مشتری برای خرید را توضیح دهید؟
- ۱۰۸..... دو سؤال اساسی درباره خرج کردن در زمینه تبلیغات محصول را بیان کنید؟