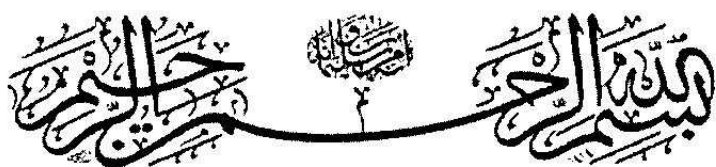


۲۱۲۸۸۷۳



برناه ریوی و مدیریت فروش

نویسنده:

علیرضا قربان زاده



- سرشناسه : قربانزاده، علیرضا، ۱۳۵۳-
عنوان و نام : برنامه‌ریزی و مدیریت فروش/ نویسنده علیرضا قربانزاده
پدیدآور :
مشخصات نشر : تهران: انتشارات اساتید دانشگاه، ۱۳۹۹.
مشخصات : ۷۲ ص.
ظاهری :
شابک : 978-622-649297-3
وضعیت فهرست نویسی : فیا
موضوع : مدیریت فروش Sales management
موضوع : موفقیت در کسب و کار Success in business
رده بندی کنگره : ۴/۵۴۳۸H
رده بندی دیویی : ۸۱/۶۰۱
شماره کتابشناسی ملی : ۶۲۲۱۸

برنامه‌ریزی و مدیریت فروش

نویسنده: علیرضا قربانزاده

ناشر: انتشارات اساتید دانشگاه

سال چاپ: تابستان ۱۳۹۹

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۴۹۲-۹۷-۳

تلفن انتشارات: ۰۷۳-۵۰۶۶۴۰-۱۸۷۸-۶۶۴۰-۲۱-۰ همراه ۰۹۱۲۴۳۴۲۷۴۱

فروشگاه اینترنتی <http://asatidedaneshgahpub.ir>

فهرست مطالب

مدیریت فروش

۱۰	مقدمه
۱۱	مدیریت فروش چیست؟
۱۲	وظایف مدیر فروش چیست؟
۱۳	• برنامه ریزی
۱۴	• سازماندهی
۱۵	• تامین نیروی انسانی
۱۶	• هدایت
۱۷	• کنترل
۱۷	فرایند مدیریت فروش
۱۸	سیستم‌های مدیریت فروش
۱۹	مزایای سیستم برای نیروی فروش
۱۹	مزایای سیستم برای مدیرفروش
۲۱	مزایای استراتژیک سیستم

مدیریت و برنامه‌ریزی بازاریابی

۲۴	مدیریت بازاریابی
----	------------------

۲۴	وظایف مدیریت بازاریابی
۲۵	انواع تقاضا
۲۷	فرایند مدیریت بازاریابی
۲۹	تجزیه و تحلیل فرصت‌های بازار
۳۰	انتخاب (بازارها) هدف
۳۲	اندازه‌گیری تقاضا و پیش‌بینی
۳۳	تقسیم بازار
۴۶	نه خط مشی ترکیبی کیفیت و قیمت
۴۹	مدیریت تارهای بازاریابی
۵۱	روش تهیه برنامه‌های بازاریابی
۵۱	تجزیه و تحلیل و برنامه ریزی
۵۲	اجرا
۵۳	کنترل
۵۳	سه نوع کنترل در بازاریابی مطرح است
۵۴	برنامه ریزی بازاریابی
۵۵	تجزیه و تحلیل فرصت‌ها تهدیدها قدرتها وضعفها
۵۷	برنامه بازاریابی استراتژیک چیست؟
۵۸	برنامه‌های بازاریابی استراتژیک
۵۹	ایجاد برنامه بازاریابی استراتژیک
۶۰	فروش مستقیم یا غیر مستقیم
۶۱	بازار هدف

طرح ریزی استراتژی بازاریابی.....	۶۱
کاربردهای برنامه‌ی بازاریابی استراتژیک.....	۶۳
چگونگی استفاده از برنامه بازاریابی استراتژیک.....	۶۳
چارچوب زمانی برنامه بازاریابی استراتژیک.....	۶۴
قالب معمول در برنامه بازاریابی استراتژیک.....	۶۵
بخش اول : خلاصه مدیریتی.....	۶۵
بخش دوم : استراتژی هدف.....	۶۵
بخش سوم : گزاره‌ی فروش منحصر به فرد.....	۶۶
بخش چهارم : قیمت گذاری و استراتژی جایگاه یابی.....	۶۶
بخش پنجم : برنامه ترریع.....	۶۶
مزایای برنامه بازاریابی استراتژیک.....	۶۷
منابع.....	۶۹