

گذری بر مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی

مؤلفین :

زاطمه دهقانزاده

سید محراب مطهری طبری

عاطفه شیرحمیدی

ویراستار :

سیدعلیرضا پورمرادی

سرشناسه	: دهقان زاده، فاطمه، ۱۳۷۴-
عنوان و نام پدیدآور	: گذری بر مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی / مولفین فاطمه دهقان زاده، سیدمجتبی مطهری طبری، عاطفه شیرمحمدی؛ ویراستار سیدعلیرضا پورمرادی.
مشخصات نشر	: گرگان: انتشارات نوروزی، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۶۴ص: مصور (رنگی).
شابک	: ۵۰۰۰۰۰ ریال 978-622-021098-6 :
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه : ص. ۶۴
موضوع	: مشتری شناسی -- مدیریت
موضوع	: Customer relations -- Management
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
شناسه افزوده	: مطهری طبری، سیدمجتبی، ۱۳۶۱-
شناسه افزوده	: شیرمحمدی، عاطفه، ۱۳۶۴-
شناسه افزوده	: پورمرادی، سیدعلیرضا، ۱۳۵۴ - ویراستار
رده بندی کنگره	: ۵/ ۴۱۵۱۰
رده بندی دیویی	: ۱۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۲۲۰۰۹

گذری بر مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی

تالیف: فاطمه دهقان زاده - سیدمجتبی مطهری طبری - عاطفه شیرمحمدی

ویراستار: سیدعلیرضا پورمرادی

صفحه آرا و طراح جلد: بهاره عزت تبار

نوبت چاپ: اول-۱۳۹۹

مشخصات ظاهری: ۶۴ ص

قطع: وزیری

شمارگان: ۱۰۰۰

شماره شابک: ۶-۱۰۹۸-۰۲-۶۲۲-۹۷۸

چاپ و نشر: نوروزی-۰۱۷۳۲۲۴۲۲۵۸

قیمت: ۵۰۰۰۰ تومان

حق چاپ برای نویسنده محفوظ است.



۷ **فصل اول مقدمه‌ای بر کیفیت زندگی کاری**

۸ ۱- کیفیت زندگی کاری

۱۰ ۲- شرایط زندگی کاری

۱۱ ۳- تعریف کیفیت زندگی کاری

۱۳ **فصل دوم گذری بر مدیریت ارتباط با مشتری**

۱۴ ۱- آشنایی با مفاهیم مدیریت ارتباط با مشتری

۱۵ ۲- تاریخچه ظهور مدیریت ارتباط مشتری

۱۶ ۳- تعریف مدیریت روابط با مشتری

۱۸ ۴- ابعاد ارتباط با مشتری

۱۹ ۵- اجزای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری

۲۱ ۶- اهداف سیستم مدیریت ارتباط با مشتری

۲۲ ۷- پیاده سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان

۲۴ ۸- سرمایه‌گذاری بر مدیریت ارتباط با مشتری

۲۵ ۹- روندهای ارتباط با مشتریان

۲۹ **فصل سوم گذری بر بازاریابی**

۳۰ ۱- کلیات و تعاریف بازاریابی

۳۰ ۲- تعریف بازاریابی

۳۲	۳- زمینه‌های اصلی بازاریابی
۳۴	۴- مفاهیم اصلی و اصول بازاریابی
۳۷	۵- ارزش در بازاریابی و انواع آن
۴۰	۶- معامله در بازاریابی
۴۱	۷- مفهوم رار و صنعت در بازاریابی
۴۲	۸- فرایند بازاریابی
۴۳	۹- روندهای جدید در بازاریابی
۴۵	۱۰- تفاوت بازاریابی خدمات و صنایع
۴۶	۱۱- انجمن‌های علمی و وب‌سایت‌های برتر در بازاریابی
۴۷	۱۲- دانشگاه‌های مطرح در حوزه مدیریت کسب و کار
۵۱	فصل چهارم معرفی برخی از نرم‌افزارها CKM
۵۲	۱- معرفی برخی نرم‌افزارهای ارتباط با مشتری
۵۶	۲- نرم‌افزارهای داخلی ارتباط با مشتری
۶۴	منابع