

عنوان:

تاثیر نقش برون سپاری بازاریابی در
توسعه صلاحیت‌های بازاریابی مرتبه
دوم

نگارش:

میر حسین موسوی انزابی

www.ketab.ir

تابستان ۱۳۹۹

صفحه مجوز

تأثیر نقش برون سپاری بازاریابی در توسعه صلاحیت‌های

بازاریابی مرتبه دوم

نویسنده: میر حسین موسوی انزابی، ۱۳۷۰

ناشر مجوز: انتشارات تیمورپور

مشخصات ظاهری: ۶۵ ص

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۸۱۱۷-۴-۰

وضعیت فهرست نویسی: فیفا

ناظر کتاب: سیامک تیمورپور

تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۴۵۰/۰۰۰ ریال

آماده سازی و چاپ: انتشارات تیمورپور

تهران میدان انقلاب خیابان انقلاب بین منیر جاوید و دوازده فروردین ساختمان کتابهای جیبی پلاک

۱۳۳۰ طبقه سوم انتشارات تیمورپور

تلفن: ۰۲۱۶۶۱۷۴۰۶۲ ۰۲۱۶۶۱۷۴۱۹۵

مسئولیت صحت مطالب و پاسخگویی به شکایت‌های حقوق مادی و معنوی کتاب بر عهده مولف است.

کلیه حقوق محفوظ است.

ماده ۲۳ قانون حمایت از مولفان و مصنفان - هرکس تمام یا قسمتی از اثر دیگری

را که مورد حمایت این قانون است به نام خود یا به نام پدید آورنده بدون اجازه او و یا

عالماً عامداً به شخص دیگری غیر از پدید آورنده نشر یا پخش یا عرضه کند به حبس

تادیبی از شش ماه تا سه سال محکوم خواهد شد.

فهرست مطالب

۱۱	فصل اول: کلیات پژوهش
۱۳	۱-۱- مقدمه
۱۴	۲-۱- اهمیت برونسپاری
۱۶	۳-۱- نتایج مطالعه رابطه برونسپاری
۱۶	۴-۱- تعاریف
	فصل دوم
۲۱	۱-۲- تعریف و مفهوم بازاریابی
۲۱	۲-۲- مفاهیم بازاریابی
۲۳	۳-۲- بازاریابی مرتبه دوم
۲۳	۴-۲- مفهوم بازاریابی مرتبه دوم
۲۴	۵-۲- اصول اساسی بازاریابی مرتبه دوم
۲۵	۶-۲- عناصر بازاریابی مرتبه دوم
۲۷	۷-۲- گامهای بازاریابی مرتبه دوم
۲۸	۸-۲- برنامه‌های بازاریابی مرتبه دوم
۳۰	۹-۲- مفهوم برونسپاری
۳۱	۱۰-۲- برون سپاری فعالیتهای بازاریابی
۳۴	۱۱-۲- سابقه برون سپاری بازاریابی
۳۵	۱۲-۲- انواع برون سپاری بازاریابی
۳۶	۱۳-۲- برون سپاری راهبردی
۳۷	۱۴-۲- فرامرزسپاری

۳۷	۱۵-۲- مراحل و عوامل برون سپاری
۳۹	۱۶-۲- مراحل برون سپاری
۴۰	۱۷-۲- سیکل برون سپاری بازاریابی
۴۰	۱۸-۲- سطوح برون سپاری بازاریابی
۴۲	۱۹-۲- زیر ساخت‌ها و عوامل موثر بر برون سپاری
۴۲	۲۰-۲- دلایل برون سپاری و منابع مورد نیاز
۴۴	۲۱-۲- عوامل درون سازمانی موثر بر برون سپاری
۴۵	۲۲-۲- عوامل برون سازمانی موثر بر برون سپاری
۴۶	۲۳-۲- مزایای برون سپاری بازاریابی
۴۷	۲۴-۲- مشکلات و چالش‌های برون سپاری بازاریابی
۴۹	۲۵-۲- جایگاه انتخاب فعالیت بازاریابی
۵۰	۲۶-۲- شاخص‌های انتخاب فعالیت جهت برون سپاری
۵۷	۲۷-۲- حوزه‌های اصلی تمرکز در مطالعات مرتبط
۶۱	منابع و مآخذ