

صفر تا صد

مدیریت، بازاریابی و اقتصاد

www.ketab.ir

نویسندگان:

احسان عبدالوند

مینم فتحی پور

سرشناسه: عبدالوند، احسان، ۱۳۵۹ -	
عنوان و نام پدیدآور: صفر تا صد مدیریت، بازاریابی و اقتصاد/ نویسندگان احسان عبدالوند، میثم فتحی پور.	
مشخصات ظاهری: ۱۹۲ ص.	مشخصات نشر: قم: نوید حکمت، ۱۴۰۰.
وضعیت فهرست نویسی: فیا	شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۴۸۶-۰۳-۲
موضوع: Management	موضوع: مدیریت
Management -- Iran	موضوع: مدیریت -- ایران
Marketing	موضوع: بازاریابی
Marketing -- Iran	موضوع: بازاریابی -- ایران
Economics	موضوع: اقتصاد
Monetary policy -- Iran	موضوع: سیاست پولی -- ایران
رده بندی کنگره: ۳۷HD	شناسه افزوده: فتحی پور، میثم، ۱۳۶۴ -
رده بندی دیویی: ۶۵۸	
شماره کتابشناسی ملی: ۷۶۷۱۶۱۷	
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیا	

صفر تا صد

مدیریت، بازاریابی و اقتصاد

نویسندگان احسان عبدالوند، میثم فتحی پور
ناشر انتشارات نوید حکمت
تیراژ ۲۰۰
نوبت چاپ اول ۱۴۰۰
شابک ۹۷۸-۶۲۲-۷۴۸۶-۰۳-۲
قیمت ۴۰۰۰۰ تومان



قم، خیابان ارم، پاساژ قدس، طبقه آخر، پلاک ۱۶۲

تلفن: ۳۷۷۴۷۲۳۴ - ۳۷۳۷۹۱۸ (۰۲۵)

همراه: ۰۹۱۲۰۶۹۷۴۴۵

۰۹۱۲۳۵۳۰۲۶۴

فهرست

مقدمه.....	۱۵
مدیریت دولتی یا اداره امور عمومی (مدیریت عمومی).....	۱۶
ظهور مدیریت دولتی نوین.....	۱۸
بنیانگذاران رشته مدیریت دولتی.....	۱۸
در ایران.....	۱۹
وظایف مدیر دولتی.....	۲۲
رشته مدیریت دولتی برای چه کسانی مناسب است؟.....	۲۲
مزایا و معایب رشته مدیریت دولتی.....	۲۳
بازار کار و درآمد رشته مدیریت دولتی.....	۲۳
معرفی رشته‌های مدیریت.....	۲۵
رشته مدیریت بازرگانی.....	۲۵
رشته مدیریت مالی.....	۲۶
رشته مدیریت صنعتی.....	۲۶
رشته مدیریت بیمه.....	۲۶
رشته مدیریت دولتی.....	۲۷

۲۸	رشته مدیریت فناوری اطلاعات
۲۹	رشته مدیریت کارآفرینی
۲۹	رشته مدیریت منابع انسانی
۳۰	رشته مدیریت امور گمرکی
۳۰	رشته مدیریت جهانگردی
۳۱	رشته مدیریت کسب و کارهای کوچک
۳۱	بازار کار رشته مدیریت
۳۲	پر درآمدترین رشته‌های مدیریت در ایران
۳۳	مدیریت بازرگانی
۳۴	رشته مدیریت بازرگانی در ایران چگونه شکل گرفت؟
۳۴	بازار کار رشته مدیریت بازرگانی
۳۴	آینده شغلی
۳۵	بازار کار
۳۶	گرایش‌های رشته مدیریت بازرگانی
۳۶	واحدهای درسی در دانشگاه
۳۶	مدیریت سیاستگذاری بازرگانی چیست؟
۳۶	بازاریابی چیست؟
۳۸	بازاریابی چیست؟ بررسی مفهوم بازاریابی
۳۹	تعریف بازاریابی (انجمن اساتید بازاریابی)
۳۹	تعریف بازاریابی (انجمن بازاریابی آمریکا - ۱۹۸۵)
۴۰	تعریف بازاریابی (انجمن بازاریابی آمریکا - ۲۰۰۴)
۴۰	تعریف بازاریابی (انجمن بازاریابی آمریکا - ۲۰۱۳)
۴۲	تعریف بازاریابی کانتر

- جایگاه برندسازی و تبلیغات، در تعریف بازاریابی کجاست؟ ۴۲
- آیا فروش زیر مجموعه مارکتینگ محسوب می شود؟ ۴۳
- بازاریابی ۴۴
- گرایش های مختلف در بازاریابی ۴۶
- محصول ۴۶
- تولید ۴۷
- فروش ۴۷
- بازاریابی ۴۷
- بازاریابی اجتماعی ۴۸
- ارکان بازاریابی ۴۸
- مدیریت روابط با مشتری ۴۹
- انواع بازاریابی ۴۹
- بازاریابی صنعتی و مصرفی ۵۱
- بازاریابی عصبی ۵۳
- کاربرد بازاریابی عصبی ۵۴
- بازاریابی عصبی دیجیتال ۵۴
- بازاریابی شبکه ای ۵۶
- تاریخچه ۵۶
- تفاوت با شرکت های هرمی ۵۷
- انبار کردن کالا ۵۸
- عدم خرده فروشی (فروش جزء به مردم) ۵۸
- شرکت های تخلف کننده ۵۸
- هربالایف ۵۹

مقدمه

مدیریت اساس و زیربنای تمام موفقیت‌های بشری است و در تمام حوزه‌ها کاربرد دارد. ابتدایی‌ترین نوع مدیریت، وابسته به خود فرد خواهد بود. اگر کسی بتواند خودش را درست مدیریت کند، می‌تواند به موفقیت‌های بسیار زیادی دست پیدا کند.

مدیریت خانواده نیز اهمیت زیادی داشته و پدر و مادر باید بتوانند خانواده خود را به خوبی مدیریت کنند تا به سمت راه درست حرکت کرده و نیازهای مختلف اعضای خانواده به خوبی تأمین شود.

البته امروزه علم مدیریت به این دو حوزه فرد و خانواده نیز ورود کرده و کلاس‌های مختلفی پیرامون مدیریت فردی و مدیریت خانواده برگزار می‌شود که می‌تواند برای هر فردی مفید واقع شود. در سال‌های اخیر تلاش زیادی شده که برای این دو حوزه نیز رشته دانشگاهی تعیین شود و افراد علاقه‌مند به صورت آکادمیک این دو مبحث را فرا گیرند؛ ولی هنوز این دو رشته در کشور ما به صورت آکادمیک وجود ندارد.

مدیریت در هر کار و صنفی بسیار حیاتی و لازم بوده و به همین منظور اقدام به راه‌اندازی رشته مدیریت در حوزه‌های گوناگون کرده‌اند که هر بخش می‌تواند در تربیت و پرورش مدیران مؤثر برای آن حوزه اقدام کند. بنابراین در ادامه به بررسی رشته مدیریت در حوزه‌های مختلف می‌پردازیم.