

جایگاه بازاریابی اینترنتی در فروش

www.ketab.ir

مؤلفین

شمیسا فلاح دشتی - پوریا صالحی ساعی

۱۴۰۰

سرشناسه	: فلاح، شمیسا، ۱۳۶۳-
عنوان و نام پدیدآور	: جایگاه بازاریابی اینترنتی در فروش/مؤلفین شمیسا فلاح‌دستی، پوریا صالحی‌ساعی؛ ویراستار هدیه دمیرچی.
مشخصات نشر	: تهران: موسسه اندیشه کامیاب ایرانیان، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۲ص: جدول، نمودار.
شابک	: 978-600-453-840-4
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: بازاریابی اینترنتی Internet marketing بازاریابی چندسطحی Multilevel marketing فروشنده‌گی Selling
شناسه افزوده	: صالحی‌ساعی، پوریا، ۱۳۷۸-
رده بندی کنگره	: ۱۲۶۵/HF۵۴۱۵
رده بندی دیویی	: ۸۷۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۸۵۱۴۱۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا

عنوان کتاب	: جایگاه بازاریابی اینترنتی در فروش
ناشر	: موسسه انتشارات اندیشه کامیاب ایرانیان
دفتر انتشارات	: تهران - خ انقلاب - پیچ شمیران - خ نور محمدی - پلاک ۲۷ - واحد ۱۲ Email: e_a_kamyab@yahoo.com - ۷۷۶۴۱۰۸۹ -
مؤلفین	: شمیسا فلاح دستی - پوریا صالحی‌ساعی
ویراستار	: هدیه دمیرچی
زیر نظر	: مجید کوثری
طراح جلد	: موسسه انتشارات اندیشه کامیاب ایرانیان
شمارگان	: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ	: اول، ۱۴۰۰
چاپ و صحافی	: موسسه انتشارات اندیشه کامیاب ایرانیان
ناظر چاپ	: موسسه انتشارات اندیشه کامیاب ایرانیان
قیمت	: ۱۰۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۳-۸۴۰-۴

ISBN: 978-600-453-840-4

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	فصل اول: تاریخچه بازاریابی
۹	چهارچوب فکری و فلسفه های بازاریابی
۱۷	فلسفه های بازاریابی در نظام بازاریابی سرمایه داری
۱۹	نظام اجرای بازاریابی
۲۰	چهار دوره تاریخ بازاریابی
۲۱	مروزی بر تحولات بازاریابی
۲۵	رویکرد نوین: دیدگاه بازاریابی کل نگر
۲۵	بازاریابی رابطه مند
۲۶	بازاریابی یکپارچه
۲۶	بازاریابی داخلی
۲۷	بازاریابی عملیاتی
۲۷	اصلاح چهارچوب آمیخته بازاریابی
۲۸	سیر تکامل بازاریابی از محصول محوری تا ارزش های انسانی
۲۹	دوره محصول محوری
۳۰	دوره مشتری مداری
۳۱	عصر بازاریابی مبتنی بر ارزش ها و روح انسانی
۳۳	فصل دوم: مدیریت فروش
۳۳	فروشنده گی شخصی (حضور)
۳۸	فروش جزئی
۳۹	فروش میدانی
۳۹	بازاریابی تلفنی
۴۰	فروش داخلی
۴۰	فروش تیمی
۴۱	فرآیند سفارش
۴۱	فروش خلاق
۴۲	فروش تبلیغی
۴۳	اکتشاف و تعیین صلاحیت
۴۴	پیش بینی فروش

۴۹	روش‌های کمی (عینی و واقعی) پیش بینی فروش
۵۸	فصل سوم: بازاریابی شبکه ای
۵۸	بازاریابی اینترنتی
۵۹	کسب و کار الکترونیک و بازاریابی الکترونیکی
۶۰	فرصت های بازاریابی الکترونیکی
۶۲	مدل های کسب و کار وب
۶۳	معاملات بنگاه به بنگاه اختصاصی
۶۵	موضوع حریم خصوصی
۶۶	مفهوم شناسی بازار اینترنتی و تاریخچه آن
۶۸	آمیخته بازاریابی اینترنتی
۶۸	آمیخته محصول اینترنتی
۷۱	قیمت گذاری اینترنتی
۷۱	اثر اینترنت بر قیمت
۷۲	روش های خاص قیمت گذاری در اینترنت
۷۴	مالیات بر فروش های اینترنتی
۷۴	شیوه های پرداخت اینترنتی
۷۵	آمیخته توزیع اینترنتی
۷۷	ارتباطات یکپارچه اینترنتی
۷۹	امنیت و حریم شخصی
۸۰	وب سایت
۸۱	رفتار مصرف کننده اینترنتی
۸۳	مدل های بازاریابی اینترنتی
۸۸	تحقیقات بازاریابی و اینترنت
۹۱	فصل چهارم: ضمیمه . بازاریابی شبکه ای
۹۱	تاریخچه بازاریابی شبکه ای
۹۵	انواع بازاریابی شبکه ای
۹۷	مزایای بازاریابی شبکه ای
۱۰۲	انواع پلن های درآمدی در بازاریابی شبکه ای
۱۱۷	انواع پلن های درآمدی در بازاریابی شبکه ای