

بازاریابی ویروسی در شبکه‌های اجتماعی
(کارکرد شبکه‌های اجتماعی در توسعه بازاریابی ویروسی)

عرفان سهرابی

امین رضا آتشکار

سرشناسه	: سهرابی، عرفان، ۱۳۶۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: بازاریابی ویروسی در شبکه‌های اجتماعی (کارکرد شبکه‌های اجتماعی در توسعه بازاریابی ویروسی) / عرفان سهرابی، امین‌رضا آتشکار.
مشخصات نشر	: تهران : آرنا، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۴ ص.
شابک	: 978-600-356-547-0
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بازاریابی اینترنتی
موضوع	: Internet marketing
موضوع	: رسانه‌های اجتماعی
موضوع	: Social media
موضوع	: شبکه‌های اجتماعی پیوسته
موضوع	: Online social networks
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
شناسه افزوده	: آتشکار، امین‌رضا، ۱۳۶۴ -
رده بندی کنگره	: ۵۱۸/۵۱۳۹۵۱۳۹۵۱۲۴۵/ب۲ ۹۴۴/س
رده بندی دیویی	: ۸۷۲ ۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۴۲۵۹۸۱



عنوان	: بازاریابی ویروسی در شبکه‌های اجتماعی
مولفان	: (کارکرد شبکه‌های اجتماعی در توسعه بازاریابی ویروسی)
ناشر	: عرفان سهرابی - امین‌رضا آتشکار
چاپ	: آرنا
شمارگان	: اول ۱۳۹۵
قیمت	: ۱۰۰۰ نسخه
شابک	: ۱۱۰۰۰ تومان
	: ۹۷۸-۶۰۰-۳۵۶-۵۴۷-۰

پیش گفتار

ظهور و بهره‌وسایل ارتباطی باعث گرایش مخاطبان به آن‌ها شده است. این امر ناشی از مجموعه کارکردها و نقش‌هایی است که ابزارهای ارتباطی برای مخاطبان به ارمغان آورده‌اند. پیشرفت فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، در زندگی بشر سهم به‌سزایی داشته است و نمی‌توان تغییرات بنیادین ناشی از ظهور این فناوری‌ها را در عرصه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی نادیده گرفت. در این میان عوامل متعددی همچون فراغت و اشتغال و توجه به نقش‌های آموزشی، تبلیغاتی و تفریحی از طریق این ابزارها فراهم آمده است؛ به گونه‌ای که بخش عظیمی از کاربران و مخاطبانشان، وقت خود را صرف گشت و گذار در دنیای مجازی می‌کنند تا زمینه‌های نیازهای متعدد خود را در مورد کارکردایی که از رسانه‌ها انتظار دارند و به دنبال آن هستند، فراهم کنند. کتابگر این نوشتار را با هدف بررسی کارکرد شبکه‌های اجتماعی در توسعه بازاریابی و بررسی تدوین کرده و بدین منظور نمونه‌ای عینی را از تجربیات خود در زمینه بازاریابی و بررسی در شبکه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار داد تا بتواند علم و تجربه را در کنار یکدیگر برای خوانندگان این کتاب به ارمغان بیاورد. در این خصوص به صورت موردی صنعت فناوری اطلاعات کشور را مورد بررسی قرار داده است به همین سبب، این کتاب با ارائه مقدمه‌ای کوتاه و بیان مسئله در فصل اول که کلیات نام دارد شروع می‌شود. همچنین در این فصل، مفاهیم کلیدی و اهداف و موضوعات مورد بحث کتاب هم گفته می‌شود. در فصل دوم، مبانی نظری به همراه منابع و تحقیقات پیشین در مورد موضوع، بررسی می‌شود. فصل سوم این مطالعه، متدولوژی کتاب به همراه مراحل اجرا را با ذکر جزئیات بازگو خواهد کرد. در فصل چهارم، نتایج موضوع آورده می‌شود و در فصل پنجم، نتیجه‌گیری و بحث و پیشنهادات

و نیز نوآوری های کتاب مطرح می گردد. در خاتمه مایلیم از زحمات بی دریغ تمام کسانی که ما را در به سرانجام رساندن این کتاب یاری دادن به خصوص پدران و مادرانمان تشکر و قدردانی داشته باشیم.

اذعان داریم علی رغم تمام تلاشهایی که در تدوین و گردآوری صورت گرفته تا کتابی حتی المقدور بدون عیب و نقص فراهم آید، اما وجود اشتباهات اجتناب ناپذیر می نماید. از این رو خواهشمند است با نظرات پیشنهادها و انتقادهای سازنده خود در جهت اصلاح کتاب در ارائه مجموعه بهتری برای چاپهای بعدی یاری نمائید.

عرفان سهرابی و امین رضا آشکار

www.ketab.ir

فهرست مطالب

فصل اول کلیات کتاب

.....	مقدمه
.....	اهمیت و ضرورت بازاریابی اینترنت
.....	آشنایی با اهداف کتاب
.....	موضوعات مورد بحث
.....	تعاریف مفهومی و عملیاتی

فصل دوم مروری بر کتابخانه بازاریابی اینترنتی

.....	مقدمه
.....	ارتباطات مجازی
.....	اینترنت و تاریخچه آن
.....	اینترنت در ایران
.....	فضای مجازی
.....	رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی
.....	ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی
.....	شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی
.....	خصوصیات شبکه‌های اجتماعی برای انتشار پیام بازاریابی
.....	اهمیت فناوری در بازاریابی
.....	بازاریابی اینترنتی
.....	بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی
.....	کاستی‌های شبکه‌های اجتماعی
.....	چهارچوب نظری کتاب
.....	نظریه جامعه‌ی شبکه‌ای و جامعه اطلاعاتی کاستلز

۶۴	نظریه اطلاعات و ارتباطات هربرت شیلر
۶۵	نظریه دانیل بل درباره جامعه‌ی پسا صنعتی
۶۶	نظریه مخاطب افناع و تبلیغ
۶۸	مطالعات پیشین
۷۲	جمع بندی

فصل سوم

بررسی یک نمونه

۷۷	مقدمه
۷۷	جامعه
۷۸	حجم نمونه
۷۹	روش نمونه گیری
۷۹	روش جمع آوری اطلاعات
۷۹	سنجش اعتبار
۸۰	روش تجزیه تحلیل اطلاعات

فصل چهارم

چگونگی تفسیر نتایج

۸۵	مقدمه
۸۵	بررسی پایایی نوشتار
۹۴	بررسی نرمال بودن نتایج

فصل پنجم

بررسی کارکرد شبکه های اجتماعی در توسعه ارزیابی ویروسی

۹۹	مقدمه
۱۰۱	نتیجه گیری
۱۰۳	جمع بندی
۱۰۶	پیشنهادها بر مبنای نتایج
۱۰۹	محدودیت های کتاب
۱۱۱	مراجع