

اصطلاحات مدیریت بازاریابی

دکتر ایوانمنش

www.ketab.ir

سرشناسه	: ایرانمنش، علی، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور	: اصطلاحات مدیریت بازاریابی / علی ایرانمنش.
مشخصات نشر	: تربت حیدریه: چشم انداز قطب، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۲۷۲ ص.
شابک	: ۲۰۰۰۰۰ ریال ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۰۹-۴۸-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
موضوع	: بازاریابی -- واژه نامه ها -- انگلیسی
موضوع	: Marketing -- Dictionaries -- English
موضوع	: بازاریابی -- مدیریت -- واژه نامه ها -- انگلیسی
موضوع	: Marketing -- Management-- Dictionaries-- English
موضوع	: زبان انگلیسی -- واژه نامه ها -- فارسی
موضوع	: English language -- Dictionaries -- Persian
موضوع	: بازاریابی -- اصطلاح ها و تعبیر ها
موضوع	: Marketing -- Terminology
رده بندی کنگوه	: ۱۳۹۵۴۱۰۴۴۶ کالف ۹الف /
رده بندی دیویی	: ۸۰۳/۶۰۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۴۷۰۶۶

اصطلاحات مدیریت بازاریابی



نویسنده: علی ایرانمنش

ناشر : انتشارات چشم انداز قطب

قیراز : ۲۰۰۰

نوبت چاپ : اول

تاریخ چاپ : ۱۳۹۵

چاپ: ویونا

قطع : وزیری

تعداد صفحات : ۲۷۲

قیمت : ۲۰۰۰۰۰ ریال

شابک :

۹۷۸	۶۰۰	۸۵۰۹	۴۸	۶
-----	-----	------	----	---

آدرس: تربت حیدریه، خیابان رازی، نبش رازی ۳

تلفن: ۰۹۲۲۳۵۷۹۱۰۹ - ۰۹۱۵۳۳۲۸۵۱۶

فهرست

صفحه

عنوان

۵۰	تفکر و ارزیابی زیاد درباره مشتری
۵۰	ارزیابی دایمی ادراکات مشتریان
۵۰	رفع اولویت های اولیه شده در مساعدت مشتریان
۵۰	تسلیم شدن، معالجه، بازگشت، افزودن برای مشتریان
۵۰	جبران رفتار و عملکرد ضعیف مشتریان
۵۰	به کارگیری سیاست (Whatever it takes) برای ارضای نیازهای خاص
۵۱	مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
۵۲	مزایای استفاده از CRM
۵۴	Customer Relationship Marketing بازاریابی ارتباط با مشتری
۵۵	Customer Relationship Marketing بازاریابی ارتباط با مشتری
۵۷	Customized Marketing Mix آمیخته بازاریابی سفارشی
۵۷	Cyber Marketing بازاریابی سایبری
۵۷	Dashboard Marketing بازاریابی داشبوردی
۵۸	Data base Marketing بازاریابی پایگاه داده

۶۰	Demarketing ضدبازاریابی
۶۲	Desk to Desk Direct Marketing بازاریابی مستقیم میز به میز
۶۲	Developmental Marketing بازاریابی توسعه ای
۶۲	Differentiated Marketing بازاریابی افتراقی
۶۳	Direct Mail Marketing بازاریابی پستی مستقیم
۶۳	Direct Marketing Channel کانال بازاریابی مستقیم
۶۳	Direct Selling فروش مستقیم
۶۳	Discount Store فروشگاه تخفیف دار
۶۴	Distribution توزیع
۶۴	E-CRM مدیریت الکترونیک ارتباط با مشتریان
۶۴	Electronic Marketing بازاریابی الکترونیک: برقراری ارتباط با مشتریان
۶۵	بازاریابی الکترونیک چیست ؟
۶۹	عوامل موفقیت در بازاریابی الکترونیک
۷۱	Experimental Marketing بازاریابی حسی (بازاریابی مبتنی بر حواس)
۷۴	Export Marketing بازاریابی صادرات
۷۵	بازاریابی صادرات
۷۸	بخش بندی بازار

۸۱	 کانال های توزیع
۸۱	 تبلیغ کالا
۸۲	 بودجه و جدول زمانی
۸۴	 Fast Moving Consumer Goods (FMCGs) کالا های مصرفی سریع التقل
۸۷	 Franchising فرانسیز
۸۸	 Global Localization Marketing بازاریابی جهانی محلی شده
۸۸	 Globalization جهانی شدن
۸۸	 Green Marketing بازاریابی سبز
۹۲	 Guerilla Marketing بازاریابی پارتیزانی
۹۴	 اصول بازاریابی پارتیزانی
۱۰۰	 مراحل اجرای بازاریابی پارتیزانی
۱۰۶	 پنج عنصر اساسی در بازاریابی تهاجمی
۱۱۳	 Holistic Marketing بازاریابی جامع نگر
۱۱۵	 Incursion Marketin بازاریابی تهاجمی
۱۱۶	 رویکرد بازاریابی تهاجمی
۱۱۸	 فقدان چشم انداز شفاف و راهبردهای برنده
۱۲۰	 مدیریت فرآیند بازاریابی

..... ۱۲۱	Integrated Marketing Communication (IMC) ارتباطات بازاریابی یکپارچه
..... ۱۲۳	هرم تأثیرات ارتباطات
..... ۱۲۵	Internal Marketing بازاریابی داخلی
..... ۱۲۶	اصول بازاریابی داخلی
..... ۱۲۷	عناصر بازاریابی داخلی
..... ۱۲۹	گام ها بازاریابی داخلی
..... ۱۳۰	International Marketing بازاریابی بین المللی
..... ۱۳۱	Internet Marketing بازاریابی اینترنتی
..... ۱۳۹	Jiuujitsu Marketing بازاریابی جوجیتسو (روشی برای غلبه بر حریفان قدرتمند)
..... ۱۴۶	تکنیک شماره ۱- فن سگ خانگی کوچک (PUPPY DOG PLO)
..... ۱۴۷	تکنیک شماره ۲- شناخت فضای رقابتی:
..... ۱۴۸	تکنیک شماره ۳- حرکات سریع پی در پی نهایی
..... ۱۵۰	تکنیک شماره ۴- بچسب به حریف
..... ۱۵۰	تکنیک شماره ۵- از مقابله به مثل خودداری کنید:
..... ۱۵۱	تکنیک شماره ۶- وقتی توسط حریف کشیده می شوید، وی را هل دهید:
..... ۱۵۳	Joint Venture Marketing بازاریابی ادغامی (ترکیبی)
..... ۱۵۵	Lateral Marketing بازاریابی خلاق

۱۵۷	Licensing اعطای امتیاز
۱۵۹	Low involvement & High involvement Goods
۱۶۳	Market Orientation بازارگرایی (بازارمداری)
۱۶۴	دیدگاه رفتاری و دیدگاه فرهنگی
۱۶۵	Marketing بازاریابی
۱۶۵	Marketing concept مفهوم بازاریابی
۱۶۵	Marketing Control کنترل بازاریابی
۱۶۶	Marketing Culture فرهنگ بازاریابی
۱۶۸	اهمیت بازارگرایی فرهنگی در مقابل رفتاری
۱۶۹	ساخت مفهوم بازارگرا
۱۷۱	ارتباط سازمان با مفهوم بازاریابی
۱۷۴	Marketing Database پایگاه داده های بازاریابی
۱۷۴	Marketing Environment محیط بازاریابی
۱۷۴	Marketing Ethics بازاریابی اخلاقی
۱۷۷	اخلاق بازاریابی هنجاری
۱۸۰	اخلاق بازاریابی تحلیلی
۱۸۲	اخلاق بازاریابی بین المللی (International Marketing Ethics)

۱۸۴	سمت و سوهای آینده
۱۸۶	Marketing Implementation اجرای بازاریابی (بازاریابی در اجرا)
۱۸۶	Marketing Intelligence اخبار و اطلاعات بازاریابی
۱۸۶	Marketing Intermediaries واسطه های بازاریابی
۱۸۷	بازاریابی علمی و عملی در بانکداری
۱۹۲	Marketing Mix آمیخته بازاریابی
۱۹۳	Marketing Service Agencies موسسات خدمات بازاریابی
۱۹۴	Marketing Plan برنامه بازاریابی
۱۹۵	ساختار طرح بازاریابی
۱۹۸	آماده سازی طرح بازاریابی
۱۹۹	تازه های تبلیغات اینترنتی
۲۰۱	Marketing Research تحقیقات بازاریابی
۲۰۱	Marketing Strategy استراتژی بازاریابی
۲۰۱	Marketing Strategy Development تعیین خط مشی بازاریابی
۲۰۲	Marketing Strategy Statement شرح خط مشی بازاریابی
۲۰۲	Marketing Tactics تاکتیک های بازاریابی
۲۰۳	Mass Marketing بازاریابی انبوه

۲۰۵	 Merchandising بازارپردازی
۲۰۸	 Micro Marketing بازاریابی خرد
۲۰۹	 Multichannel Marketing بازاریابی چندکاناله
۲۰۹	 Multilevel Marketing بازاریابی چند سطحی (شبکه ای)
۲۱۰	 Mystery Shopping خرید نامحسوس (پنهانی)
۲۱۳	 One to One Marketing بازاریابی تک به تک
۲۱۴	 Opt-in Marketing بازاریابی انتخابی
۲۱۴	 Permission Marketing بازاریابی اجازه ای
۲۱۵	 Personal Marketing بازاریابی فرد
۲۱۷	 Personalized marketing بازاریابی خاص
۲۱۸	 Pyramid Schemes Marketing بازاریابی هرمی
۲۲۰	 Recession Marketing بازاریابی بحرانی (بازاریابی در شرایط بحران)
۲۲۱	 Relationship Marketing بازاریابی رابطه مند
۲۲۵	 Response Marketing بازاریابی واکنشی
۲۲۶	 Reverse Marketing بازاریابی معکوس
۲۲۸	 Seminar Marketing بازاریابی سمیناری
۲۲۹	 Spherical Marketing بازاریابی کروی

۲۳۳	 مفهوم بازاریابی کروی
۲۳۵	 Sport Marketing بازاریابی ورزشی
۲۳۹	 Tele Marketing بازاریابی از راه دور
۲۴۱	 " Tell Your Friend " Marketing بازاریابی به روش " به دوست خود بگویید "
۲۴۳	 The Age of Marketing ادوار بازاریابی
۲۴۵	 Total Relationship Marketing بازاریابی رابطه مند جامع
۲۴۵	 Total Marketing System سیستم بازاریابی جامع
۲۴۶	 Total Marketing Mix آمیخته بازاریابی جامع
۲۴۶	 Transactional Marketing بازاریابی معامله ای
۲۴۷	 Up selling Marketing فروش فزاینده
۲۴۸	 Viral Marketing بازاریابی ویروسی
۲۵۰	 بازاریابی شبکه ای
۲۵۱	 Vertical Marketing بازاریابی عمودی
۲۵۲	 Word to Mouth Marketing بازاریابی تبلیغات شفاهی
۲۵۴	 اهمیت تبلیغات شفاهی

دنایای بازاریابی، مجموعه ای است از اصول و نوآوری ها که هر روز بر دامنه آن اضافه می شود. در این میان دانشجویان، محققان و بازاریاب هایی موفق تر خواهند بود که پیوسته اطلاعات خود را در زمینه بازاریابی به روز نموده و از مفاهیم و رویکردهای جدید اطلاعات دقیق داشته باشند. پیش از این، مجموعه های متعدد و پراکنده ای در زمینه کلمات و اصطلاحات بازاریابی تهیه شده است. اما مجموعه پیش رو پخته تر است جدید به سوی جهان بازاریابی که به درک عمیقتری از این اصطلاحات کمک خواهد کرد. یکی از ویژگی های منحصر به فرد این کتاب، گردآوری آخرین لغات در زمینه برخی اصطلاحات قبلی می باشد به گونه ای که مفاهیم قبلی همراه با جدیدترین مفاهیم و تفاسیر در اختیار خواننده قرار گرفته است. ویژگی دیگر این است که در این مجموعه تعدادی از لغات و اصطلاحات تخصصی در میان لغات اصلی به خواننده معرفی شده است. نگارنده معتقد نیست که این کاملترین منبع از اصطلاحات است اما ادعا می کند که در دامنه ارائه شده از لغات، می تواند به خوبی پاسخگوی آن چیزی باشد که خواننده در جستجوی آن است. نظرات و ایده های شما را به گرمی خواهم پذیرفت.

علی

ایرانمنش

iranmanesh.business@gmail.com