
واژه‌نامه‌ی نویسن بازار یابی

مجموعه‌ی - فارسی

گردآورنده:

بابک سپاس مقدم



(تهران، ۱۳۹۷)

سرشناسه: سپاس مقدم، بابک، ۱۳۵۳-
عنوان و نام پدیدآور: واژه‌نامه‌ی نوین بازاریابی
Modern Dictionary of = Marketing / گردآورنده بابک سپاس مقدم.

مشخصات نشر: تهران: سپهرخرد، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری: ۲۲۳ ص؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س. م.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۵۳۷-۵-۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
یادداشت: انگلیسی - فارسی
موضوع: بازاریابی -- واژه‌نامه‌ها -- انگلیسی
Marketing -- Dictionaries -- English
موضوع: بازاریابی -- واژه‌نامه‌ها -- فارسی
Marketing -- Dictionaries -- Persian
موضوع: زبان انگلیسی -- واژه‌نامه‌ها -- فارسی
English language -- Dictionaries -- Persian
ه‌بندی کنگره: ۱۳۹۶ و ۲ س/ ۵۴۱۲ HF
ه‌بندی دیوبی: ۶۵۸/۸۰۰۳
برای کتابشناسی ملی: ۵۰۹۴۱۵۷



واژه‌نامه‌ی نوین بازاریابی
Modern Dictionary of Marketing

بابک سپاس مقدم
چاپ یکم ترجمه‌ی فارسی: بهار ۱۳۹۷، آماده‌سازی و نظارت بر چاپ: بهار ۱۳۹۷، نشر سپهرخرد
(نمونه‌خوانی: کاوه پرهام، ناظر چاپ: هومن بخش)
طراح جلد: محمودرضا لطیفی
چاپ و صحافی: فرهنگ‌بان
شمارگان: ۳۳۰ نسخه
همه‌ی حقوق چاپ و نشر این کتاب محفوظ است
شابک: 978-600-97537-5-8

انتشارات سپهرخرد
SepehrehKheradpub@gmail.com
۰۲۱-۶۶۹۶۵۸۰۴

مرکز پخش: مؤسسه انتشارات آگاه

فروش اینترنتی: www.agahbookshop.ir
قیمت: ۲۰,۰۰۰ تومان

فہرست

۷	پیش گفتار
۹	Symbols
۱۱	A
۲۵	B
۳۸	C
۵۷	D
۶۹	E
۷۹	F
۹۱	G
۹۷	H

۱۰۳	I
۱۱۵	J
۱۱۷	K
۱۱۹	L
۱۲۹	M
۱۴۱	N
۱۴۵	O
۱۵۱	P
۱۶۷	Q
۱۶۹	R
۱۷۷	S
۱۹۵	T
۲۰۳	U
۲۰۷	V
۲۱۱	W
۲۱۷	X
۲۱۷	Y
۲۱۷	Z
۲۱۹	دیگر آثار گردآورنده

پیش‌گفتار

دنیای بازار (کالا و خدمات) دنیای غربی است زیرا آگاهی از دور به چشم می‌آید، بازاریابی راهکار آسانی با وجود رقابت و کسب و کارهای وسیع است. برای موفقیت در این امر می‌باید مدیران بازاریابی — به ویژه در امر ورود به بازاریابی جهانی — با رویکردهای دانشی و مهارتی از بهینه‌کاوی‌ها، گام‌های استوارتر و مبتلایان دارند. همان‌گونه که دکتر فیلیپ کاتلر، دانای باقراست دانش بازاریابی می‌گوید: «شکست خوب می‌کوشد بهترین کالاها و خدمات را عرضه کند. یک شرکت عالی، در کنار عرضه‌ی بهترین کالا و خدمات، می‌کوشد جهان را به جای بهتری برای زندگی تبدیل کند.» این مهم وظیفه‌ی بازاریابان را برای بهبود دیدگاه مشتریان از روی سیاه بازاریابی و فروش زرد به دنیایی بهتر، صدچندان می‌نماید.

در دنیای پیشرفت فناوری، بازاریابی عصبی یا نورومارکتینگ، رشد تجارت الکترونیک، توسعه‌ی مدل‌های آماری، داده‌کاوی و خلق هوش مصنوعی، وجود

شبکه‌های اجتماعی فراگیر و نیز پیشرفت توانایی ساخت پیچیده‌تر؛ اینک دوران نوین و طلایی در زمینه‌ی بازاریابی شکل گرفته است. در این دوران نه تنها نیاز مشتریان مورد توجه قرار می‌گیرد، بلکه با بهره‌گیری از داده‌کاوی و مدل‌های آماری، خواست و گرایش‌های آتی جوامع شناسایی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در دوران هوش مصنوعی، شناخت الگوها، مدل‌های محاسباتی، الگوریتم‌های رایانه‌ای و استفاده از چندین فناوری مانند عصب‌شناسی، رفتارشناسی، الگوهای اجتماعی و غیره سبب شده است که بازاریابان به درون ذهن خریداران نفوذ پیدا کنند.

با توجه به نیاز جامعه‌ی علمی و اجرایی در دانش بازاریابی که در دوران گذار به سوی جامعه می‌باشد، نخستین واژه‌نامه‌ی بازاریابی با گستره‌ای از واژگان بازاریابی نوین، برند، تحقیقات بازاریابی، بازار مصرف‌کننده، فروش، بازاریابی شبکه‌ای، بازاریابی سیاسی و حوزه‌ی بازاریابی آنلاین، تدوین گردید که نخستین نوبت چاپ آن در بهار ۱۳۹۶ (۲۰۱۷م) با استقبال گسترده، حافل علمی، متخصصان، استادان و فعالان بازاریابی روبه‌رو شد. در ویرایش جدید با افزودن واژگان کاربردی دیگری که توسط متخصصان پیشنهاد گردید، واژه‌نامه نهایی به جامعه تقدیم می‌گردد.

در پایان جای دارد از جناب آقایان مدیر ضا پرهام مدیرمسئول محترم نشر سپهرخرد و کاوه پرهام برای همراهی در این پروژه، طبعی، پشتیبانی و اجرای این اثر و همچنین آقای محمدحسین صائمی و نیز دکتر خانم سمیه خلیلی برای صفحه‌آرایی نهایی اثر، سپاس ویژه‌ای داشته باشم.

از خوانندگان محترم نیز تقاضا می‌شود نظرات، پیشنهادهای را از طریق درگاه‌های ارتباطی که در زیر درج گردیده به صورت مستقیم یا اختیار پدیدآورنده قرار دهند.

بابک سپاه مقدم

مشاور بین‌المللی بازاریابی - مدرس دانشگاه

"زه" ۹۶

درگاه‌های ارتباطاتی:

hi@Sepasmoqadam.ir

http://Sepasmoqadam.ir

۰۹۱۰-۷۸۶۸۶۹۰ و ۰۹۱۹-۷۷۹۲۰۷۰

پست الکترونیک:

وبسایت:

شماره همراه: