

بازاریابی تنها کافی نیست

نوشته ی

محمود محمدی

کتابخانه تخصصی بازاریابی و فروش و مدیریت بازرگانی

مجموعه کتابخانه تخصصی بازاریابی و فروش و مدیریت بازرگانی

مجموعه کتابخانه تخصصی بازاریابی و فروش و مدیریت بازرگانی

مجموعه کتابخانه تخصصی بازاریابی و فروش و مدیریت بازرگانی

مجموعه کتابخانه تخصصی بازاریابی و فروش و مدیریت بازرگانی

سرشناسه	: محمدی، محمود، ۱۳۶۶ آذر -
عنوان و نام پدیدآور	: بازاریابی تنها کافی نیست/ نوشته‌ی محمود محمدی.
مشخصات نشر	: تهران: میعاد اندیشه ، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۵ ص.
شابک	: 978-600-8899-23-5
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Market surveys
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
موضوع	: Success in business
رده بندی کنگره	: HF۵۲۱۵/م۳۴۲ ۱۳۹۶
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۰۵۸ ۲۹



meaadpub.com

عنوان کتاب: بازاریابی تنها کافی نیست

مولف : محمود محمدی

ناشر : میعاد اندیشه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰/۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۸۸۹۹ - ۲۳ - ۵

همه ی حقوق مادی و معنوی این اثر برای مولف محفوظ است.

تکثیر و انتشار این اثر به هر صورت، از جمله بازنویسی، فتوکپی، ضبط الکترونیکی و ذخیره در سیستم های بازیابی و پخش، بدون دریافت مجوز کتبی و قبلی از نویسنده به هر شکلی ممنوع است.

این اثر تحت حمایت «قانون حمایت از حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان ایران» قرار دارد

فهرست مطالب

۶.....	مقدمه
۷.....	فصل اول: بازارگرایی
۲۴.....	فصل دوم: بازارشناسی
۴۶.....	فصل سوم: بازاریابی
۵۲.....	فصل چهارم: بازار سازی
۸۲.....	فصل پنجم: زارگری
۸۸.....	فصل ششم: بازار سازی
۱۲۸.....	فصل هفتم: بازارداری
۱۷۳.....	فصل هشتم: بازار گرمی
۱۸۰.....	فصل نهم: بازارگردانی
۱۸۵.....	منابع

مقدمه

در این کتاب می‌خواهیم در مورد همه جنبه های مارکتینگ صحبت کنیم جنبه هایی که بعضی از کسب وکارها از اجرای آنها صرفه نظر می کنند و همین موضوع دلیلی بر عقب ماندن از رقبای بازار خود می شود.

در فصل اول به موضوع بازارگرایی می پردازیم موضوعی که یکی از مسائل اصلی حوزه مارکتینگ است.

در فصل دوم به موضوع آشناسی می پردازیم موضوعی که لازمه نوشتن برنامه بازاریابی است.

در فصل سوم به بزرگترین موضوع مارکتینگ یعنی بازاریابی می پردازیم موضوعی که مهمترین جنبه مارکتینگ و فروش است.

در فصل چهارم به موضوع بازارسازی می پردازیم. در فصل پنجم به موضوع بازارگردی، در فصل ششم به موضوع بازاریابی، در فصل هفتم به موضوع بازاریابی، در فصل هشتم به موضوع بازارگردی و در فصل نهم به موضوع بازارگردانی خواهیم پرداخت.

لازم به ذکر است که مطالب گفته شده خالی از اشکال نیست و خواهشمندیم ایرادات کتاب را به آدرس hmoudmohamadi1380@gmail.com ایمیل نمایید تا در ویرایش

های بعدی تصحیح گردد.

با تشکر

محمود محمدی