

بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

فیس بوک، توئیتر، یوتیوب و اینستاگرام

نویسنده: *Grant Kennedy*

مترجمین: دکتر فروزه حاج علی اکبری

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

بابک مولایی

سرشناسه	کندی، گرانت <i>Kennedy, Grant</i>
عنوان و نام مترجمین	بازاریابی رسانه‌های اجتماعی فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب و اینستاگرام/ نویسنده گرند کندی؛ ترجمه فیروزه حاج‌علی‌اکبری، بابک مولایی.
مشخصات نشر	زنجان: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زنجان، معاونت پژوهش و فناوری، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۱۱۱ ص: مصور (رنگی)، جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۴۸۶۲-۶
وضعیت فهرست نویسی	فیبیا
موضوع	بازاریابی اینترنتی
موضوع	<i>Internet marketing</i>
موضوع	رسانه‌های اجتماعی
موضوع	<i>Social media</i>
موضوع	بکه‌های اجتماعی پیوسته
موضوع	<i>Online social networks</i>
شناسه افزوده	حاج‌علی‌اکبری، فیروزه، ۱۳۵۲ - مترجم
شناسه افزوده	مولایی، بابک، ۱۳۵۲ - مترجم
شناسه افزوده	دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زنجان
شناسه افزوده	<i>Islamic Azad University, Zanzan branch</i>
رده بندی کنگره	۱۳۹۶ ب ۲ ح ۱۵/۱۲۶۵ (F)
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	۴۸۵۴۱۴۸

عنوان کتاب: بازاریابی رسانه‌های اجتماعی فیس بوک، توئیتر، یوتیوب و اینستاگرام

ناشر : معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زنجان

قیمت : ۳۴۰.۰۰۰ ریال

تیراژ : ۲۰۰۰ جلد

چاپ : ۱۳۹۶

مترجمین : دکتر فیروزه حاج علی اکبری و مهندس بابک مولایی

حروف چینی و صفحه آرای: مهندس بابک مولایی

انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان - معاونت پژوهش و فناوری

هرگونه چاپ یا تکثیر محتویات این اثر به موجب بند ۵ از ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان، بدون اجازه کتبی مولف ممنوع میباشد. متخلفان تحت پیگرد قانونی قرار میگیرند.

فیروزه حاج علی اکبری:

دکترای مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان می‌باشد. وی در سال‌های مختلف با عهده‌داری مدیریت گروه و چاپ کتب و مقالات مختلف در مجلات و سمینارها و کنفرانس‌های داخلی و خارجی و مجری گری طرح‌های پژوهشی مختلف استانی و ملی و همچنین کسب عنوان پژوهشگر نمونه دانشگاهی و سازمان فنی حرفه‌ای سعی نموده در خدمت جامعه علمی به خصوص گروه مدیریت باشد.

بابک درانی:

دانش آموخته دکتری مدیریت کسب و کار و دانش پژوه دکترای مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، و عضو هیات علمی پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، منتخب چندین جشنواره از جمله جشنواره های اشراف و جشنواره فرهیختگان کشوری (نفر اول - جشنواره فرهیختگان دانشگاه آزاد اسلامی کشور در قسمت کار آفرین برتر کشوری ۱۳۹۶)، و دارای آثار و چاپ کتب و مقالات مختلف در مجلات و سمینارها و کنفرانس های مختلف در رشته های مدیریت و بازاریابی و کشاورزی و کسب و کار و کار آفرینی می باشد همچنین ایشان مسؤول کارگروه های اقتصادی بسیج و کارگروه نخبگان کشاورزی و اشتغال بسیج علمی پژوهشی استان می باشد و با پژوهش ها و تحقیقات خود در خدمت جامعه علمی می باشد.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل ۱: رسانه ^۱ اجتماعی چیست؟ و به چه دلیل پرکاربرد است؟.....	۳
فصل ۲: شروع کار با رسانه‌های اجتماعی.....	۲۳
فصل ۳: تخصص در فیس بوک.....	۲۹
فصل ۴: تخصص در توئیتر.....	۳۷
فصل ۵: تخصص در اینستاگرام.....	۴۳
فصل ۶: تخصص در یوتیوب.....	۴۷
فصل ۷: نکات کلی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی.....	۵۳
فصل ۸: بایدها و نبایدهای بازاریابی رسانه‌های اجتماعی.....	۵۷
فصل ۹: داستان‌های موفقیت آمیر دیمرد در بازاریابی رسانه‌های اجتماعی.....	۶۳
فصل ۱۰: ده چیزی که باید در ذهنتان نگه دارید.....	۷۱
فصل ۱۱: ابزارهای رسانه‌های اجتماعی:.....	۷۷
فصل ۱۲: بیست و پنج نکته برای موفقیت در بازاریابی رسانه‌ای اجتماعی.....	۸۳
نکات برجسته ^۲ کلیدی ((key highlights).....	۹۶
نتیجه گیری:.....	۹۹