

Marketing & Value Chain

بازاریابی و زنجیره ارزش

BY:

Dr. AMIR HOFPI

ELHAM TAHERIAN



سرشناسه	: مری، امیر، ۱۳۶۰ - Horri, Amir
عنوان و نام پدیدآور	: Marketing & Value Chain[Book] / by Amir Horri, Elham Talebian
مشفصات نشر	: تهران: مهراندیشان سپهر، ۱۳۹۹ = ۱۳۹۰ هـ.
مشفصات ظاهری	: ۲۲۱ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۷۲-۰۳-۱
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: انگلیسی.
یادداشت	: ص.ع. به فارسی: بازاریابی و زمینه ارزش.
عنوان دیگر	: بازاریابی و زمینه ارزش.
موضوع	: مدیریت فروش
موضوع	: Sales management
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
شناسه افزوده	: طالبیان، الهام، ۱۳۷۳
شناسه افزوده	: Talebian, Elham
رده بندی کنگره	: HF5438/4
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۱۶۰۰۶

عنوان: بازاریابی و زمینه ارزش

Marketing & Value Chain

مؤلف: امیر حری، الهام طالبیان

ناظر علمی: مهرداد نوری کوپایی

ویراستار ادبی: هادی شفيعی

ناشر: مؤسسه انتشاراتی مهراندیشان سپهر

نوبت و سال چاپ: اول، ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰ جلد

قیمت: ۵۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۷۲-۰۳-۱

تلفن مرکز پخش: ۰۹۲۲۶۱۶۳۶۰۴

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

پیشگفتار

مدل زنجیره ارزش (Value chain) مایکل پورتر (Michael Porter) یکی از مدل‌های موثر در موضوع رقابت است. این مدل دارای رویکردی فرآیندی است. بر اساس نظر پورتر، کسب‌وکارها برای ایجاد سود باید اقدام به هماهنگ نمودن فعالیت‌های اصلی و پشتیبانی خود نمایند. شکل این مدل به گونه‌ای است که بر یکدست و یکسویه بودن تمامی فعالیت‌های زنجیره برای ایجاد ارزش تأکید می‌کند. بر اساس این مدل فعالیت‌های اصلی و پشتیبانی در صورتی که هم راستا و هماهنگ باشند در کنار هم ارزش خلق کرده و برای کسب و کار سوال ایجاد می‌کند.

این مدل تا اندازه زیادی به فعالیت‌های داخل شرکت و محیط نزدیک می‌پردازد. به اعتقاد پورتر و بر اساس تبیین این مدل، کسب‌وکارها برای موفقیت باید از تدارکات و تامین ملزومات تا خدمات پس از فروش را مد نظر داشته باشند.

یکی از فعالیت‌های زنجیره ارزش بازاریابی و فروش می‌باشد یعنی وظایفی که به آگاه شدن از خواسته‌ها و نیازهای مشتریان و آگاه ساختن آنها از محصولات و خدمات کسب و کار مربوط است. فعالیت‌هایی مانند تبلیغات، ترفیع، قیمت‌گذاری که خریدار را رغبت به خرید محصول می‌کند.

در نگارش این کتاب تلاش شده تا موضوعات مرتبط با بازاریابی و زنجیره ارزش مطرح گردد. مطالب این کتاب طوری تنظیم شده که می‌تواند مورد استفاده مدیران دانش‌پژوهان مدیریت و دانشجویان عزیز در رشته‌های مدیریت دولتی، مدیریت بازرگانی، مدیریت صنعتی، اقتصاد و نظایر آن مورد استفاده قرار گیرد. امید است که انتشار این اثر نه فقط یک اتفاق، بلکه مقدمه‌ای برای ارتقا سطح علمی متخصصین کشور گردد.

در پایان بر خود لازم می‌دانیم که شکر نعمت الطاف بیکران الهی را بجا آوریم که بدون آن، نه این راه پیمودنی بود، و نه این مهم، شدنی.