

سرشناسه: کاتلر، فیلیپ، ۱۹۳۱ - م.

Kotler, Philip

عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی نسل ۵: فناوری در خدمت انسان / نویسندگان فیلیپ کاتلر، هرماوان کارتاجایا، ایوان ستیاوان؛ مترجمان سجاد شریفی، مهسا اکبری؛ ویراستار سمانه عباسی.

مشخصات نشر: تهران: نسل نواندیش، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۲۷۸ص: جدول، ۱۴/۵×۲۱/۵س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۲۰-۷۴۲-۷

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: [Marketing 5.0: technology for humanity, 2021].

عنوان دیگر: فناوری در خدمت انسان.

عنوان دیگر: بازاریابی نسل ۵: فناوری برای بشریت.

موضوع: بازاریابی Marketing

تکنولوژی Technology

شناسه افزوده: کارتاجایا، هرماوان، ۱۹۴۷ - م.

شناسه افزوده: Kartajaya, Hermawan

شناسه افزوده: ستیاوان، ایوان

شناسه افزوده: Setiawan, Iwan

شناسه افزوده: شریفی، سجاد، ۱۳۷۱ - مترجم

شناسه افزوده: اکبری، مهسا، ۱۳۶۳ - مترجم

رده بندی کنگره: HF۵۴۱۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۱۴۶۹۳

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیپا

بازاریابی نسل ۵

نویسنده: فیلیپ کاتلر، هرماوان کارتاجایا، ایوان ستیاوان

مترجمان: سجاد شریفی، دکتر مهسا اکبری (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد کرج)

ویراستار: سمانه عباسی

بازخوان نهایی: اشکان حسینزاده

صفحه آرا: افسانه حسن بیگی

طراح جلد: الهه عابدینی

ناشر: نسل نواندیش

شمارگان: ۵۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۴۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۲۰-۷۴۲-۷

ISBN: 978-622-220-742-7

کتاب‌های مورد نیاز خود را از فروشگاه انتشارات نسل نواندیش تهیه فرمایید.

نشانی فروشگاه نسل نواندیش: میدان ولیعصر - ابتدای کریمخان - پلاک ۳۰۸

تلفن: ۸۸۹۴۲۲۴۷ - ۹

www.naslenowandish.com

info@naslenowandish.com

 **NasleNowAndish**
انتشارات نسل نواندیش

<https://telegram.me/naslenowandish>

فهرست

۸.....	درباره نویسندگان.....
۱۳.....	بخش اول: مقدمه.....
۱۵.....	فصل ۱: به بازاریابی نسل ۵ خوش آمدید: فناوری در خدمت انسان ها.....
۳۷.....	بخش دوم: چالش های پیش روی بازاریابان در دنیای دیجیتال.....
۳۹.....	فصل ۲: شکاف نسل ها: بازاریابی برای نسل انفجار جمعیت، نسل های.....
۶۱.....	فصل ۳: دوقطبی شدن رفاه: ایجاد جامعیت و پایداری برای جامعه.....
۸۵.....	فصل ۴: شکاف دیجیتالی: استفاده از فناوری به صورت.....
۱۱۱.....	بخش سوم: راهبردهای جدید برای بازاریابی توانمندسازی شده....
۱۱۳.....	فصل ۵: سازمانی با آمادگی دیجیتالی: یک رویکرد برای همه مناسب نیست.....
۱۳۶.....	فصل ۶: فناوری آتی: اکنون زمان اوج گرفتن فناوری های شبه انسانی است.....
۱۶۰.....	فصل ۷: تجربه جدید مشتری: جذابیت ماشین ها در قبال صمیمت انسان ها.....
۱۸۷.....	بخش چهارم: ترفندهای جدید برای حداکثر بهره برداری از.....
۱۸۸.....	فصل ۸: بازاریابی داده محور: ایجاد اکوسیستم داده محور برای هدف گیری بهتر.....
۲۰۶.....	فصل ۹: بازاریابی پیشگویانه: پیش بینی تقاضای بازار با آینده نگری.....
۲۲۴.....	فصل ۱۰: بازاریابی مفهومی: خلق تجربه شخصی سازی شده با استفاده از.....
۲۴۳.....	فصل ۱۱: بازاریابی افزوده: استفاده از تعاملات انسانی توانمند شده با فناوری.....
۲۶۰.....	فصل ۱۲: بازاریابی چابک: اجرای عملیات بازاریابی در مقیاس و.....