



شناسنامه کتاب بازاریابی الکترونیکی

نوع کتاب: ترجمه و تالیف

نام پدیدآورنده کتاب: شیرین گرانمایه، محمدافشار محمدی، هاجر فاطمی شریعت پناهی، هومن

جاویدان نژاد، مجید قیطاسی

با مقدمه‌ای از:



نام کتاب اصلی:

E-Marketing

نام مؤلف اصلی:

Collin S.M.H.

ویژگی برجسته کتاب:

سال چاپ: ۱۳۸۳

نوبت چاپ: اول

شماره تماس: ۲۲۲۴۲۶۵۶

نام ناشر اول: موسسه مطالعات نوآوری و فناوری ایران

شماره تماس: ۶۶۴۱۵۰۴۰

نام ناشر دوم: موسسه خدمات فرهنگی رسا

خلاصه‌ای از کتاب:

بازاریابی و نقش آن در ارتقای بنگاه‌ها و تأثیری که در توسعه و رشد اقتصادی کشورها دارد برکسی پوشیده نیست. اینترنت از جمله عوامل مؤثر بر بازاریابی و روش‌های رونق دادن به این فعالیت در عصر کنونی است. متدها و روش‌های مدیریتی نوینی بر پایه اینترنت و فناوری اطلاعات و ارتباطات در زمینه بازاریابی به وجود آمده و هم اکنون بازاریابی الکترونیکی و بازارهای الکترونیک به سرعت در کشورهای در حال توسعه رو به گسترش است. کتاب حاضر، ساز و کارهای موفق اینترنتی را به زبان ساده و همراه با مثال‌های متعدد مورد بررسی قرار می‌دهد. هدف پدیدآورندگان کتاب، کمک به کسانی است که می‌خواهند با استفاده از اینترنت، سهم بیشتری از بازار را از آن خود کنند. بازاری که هفت روز هفته و در تمام طول بیست و چهار ساعت شبانه روز برقرار است و زن و مرد و پیر و جوان و حتی کودکان دهکده جهانی از آن دیدن می‌کنند. هر فصل از بازاریابی الکترونیکی با طرح مقوله‌ای ویژه از بازاریابی و با معرفی سایت‌های معتبر چگونگی عملکرد آن را بر روی اینترنت تشریح می‌کند. مطالعه این کتاب را به همه آنان که در آغاز راه برنامه‌ریزی برای بازاریابی شرکت خود هستند یا خواهان بهبود اثربخشی این فعالیت‌ها می‌باشند، توصیه می‌کنیم.