

جلسه اول

استدلالی بازاریابی

- ۳ منبع درس : ۱) استدلالی بازاریابی با رویکردی تقسیم محمد - والتر ترجمه دکتر اعرابی
- ۲) محمد میری، رفیع خدیو و کامین - وان ویل - ترجمه دکتر رفیعی و دکتر لفر
- ۳) بازرگانی بین الملل - دکتر معینی

سبب ۵-۳

۷ فصل از کتاب والتر - امتحان

یک مقاله انگلیسی که باید خلاصه شود. لازم به ترجمه نیست

عنوان، مدل و اهداف، غرضها، روش تحقیق و نتایج آن را باید از مقاله استخراج کنید

یک مقاله انگلیسی و یک مقاله فارسی - علمی پژوهشی باید بار -

هدف - دانشجویان با مدل بازی آشنا شود

مفصل ۱ - با من شد - نیم ساعت فرصت برای توضیح

۹- استدلالی

استاد توضیحاتی دارند ولی به دلیل قطع و وصل صدا، نتوانستم صوتی بگیرم

با دارایی حبیب^۹

یافتن مشتری برای کالا یا خدمت مورد تقاضا به بیان دیگر
عناصیب ابائی جهت ارضای نیازها و کاستی‌ها از طریق خداوند مبارک

سین، نیاز خواسته تقاضا فرق هست.

نیاز: یک محرومیت یک کمبود یک نقص را گویند. وقتی که ~~نیاز~~ کمبود باشد دنبال

اول کالا یا خدمت می‌گردیم. مثلاً شب وقتی می‌سیم به هر چیزی سین طبیعاً

دنبال هتل می‌گردیم. یا مثلاً وقتی که از اعضاء می‌خواهیم برویم تهران، دنبال

بلیط اتوبوس یا هواپیمای می‌گردیم. یا مثلاً وقتی که ~~نیاز~~ هستیم دنبال رفع آن هستیم.

که وقتی با یک کمبودی مواجه می‌شویم و دنبال رفع آن می‌گردیم به آن نیاز گویند.

خواستار: سؤل برآورده کردن نیاز است.

مثلاً وقتی که ~~نیاز~~ هستیم می‌توانیم آب بخوریم یا هندوانه یا چایی

مثلاً ~~نیاز~~ ^۶ ~~نیاز~~ ^۷ ~~نیاز~~ ^۸ می‌توانیم نون و پنیر یا حلوا یا آب بخوریم

که سین سؤل برآورده کردن نیاز را خواسته گویند.

مثلاً وقتی می‌خواهیم مافوق برویم، با اتوبوس یا هواپیمای یا هر وسیله نقلیه‌ای

۲۴

تقاضا یا خواسته هم ضروری دله^۹ توانمندی پولی برای آن خواسته

تقاضا، خواسته ای است که در ازای آن باید پول پرداخت کرد.

مثلاً برای ماهار همه تامل دارند حلیه کباب بخورند ولی ماهار به سوجوری همباز می کشند

یا مثلاً همه ما سینه بتبر دوست داریم ولی پول بپردازیم را نداریم.

که به عبارت دیگر تقاضا تسلی برآورده کردن نیاز همراه با توان مالی است

سین تا وقتیکه پول خرید نترانداست^۹ با سیم (علی رغم علاقه به آن) مشتری نتر

حسب منی سیم

بازار: عملی است برای انجام معاملات

و یا عملی است که خریدار و فروشنده اصلی هم درگیر معاملات می کنند

امروزه به کل عرضه و تقاضا بازار گفته می شود.

اندازه بازار، می باشد حد اقل یک نفر خریدار و یک نفر فروشنده داشته باشد^۹

یعنی بازار با ۲ نفر می تواند تشکیل شود^۹

استراتژی: راه رسیدن به هدف است. طرحی جامع که نشان می دهد

شرکت چگونه می تواند به سمت اهداف درست یابد.

معادل فارسی آن : راهبرد ، کونیه - [راه رسیدن به هدف]

معنای مثال استراتژی یک شرکت نشان می دهد که آن شرکت چگونه می خواهد به اهداف خود دست پیدا کند

هر سازمان دارای ۳ سطح استراتژی می باشد.

۱- سطح بنگاه

۲- سطح شرکت و کار

۳- استراتژی عملیاتی یا کارگری

سطح بنگاه :

استراتژی کلی شرکت را گویند.

استراتژی سطح شرکت و کار :

استراتژی سطح شرکت و کار یعنی استراتژی محصول یعنی یک سازمان چند محصوله

می تواند چندین استراتژی سطح شرکت و کار داشته باشد.

استراتژی عملیاتی

یعنی برای هر محصول ، می تواند استراتژی بازله یابی خاصی داشته باشد ،

۳۴
از مجموعه استراتژی بازار با این با قیمت گذاری خاصی داشته باشیم.

برای مثال شرکت انفا ممکن است برای یک فعالیت ساده بای ساده و سهم بازار بیشتری دارد و شود به راحتی را داشته باشد. ولی چون در محصول اچان کار حرف اول را نمی زند، ممکن است لایحه اش، تدافعی باشد یا متفعل باشد.

سپین نمی توان گفت که Sony که در حوزه موبایل و تصویری اول هست، لزوماً در موبایل نیز اول است. خیر ممکن است برای هر محصول یک استراتژی خاص خود را داشته باشد.

مدیر استراتژی چیست؟

به مجموعه تصمیمات و فعالیت های مدیریتی که عملکرد جاری یک شرکت و آینده یک شرکت

طالع‌ترین توفیق مدیریت
مدیریت عبارت است از: فراهم کردن بکارگزاران و موثر منابع انسانی و مادی با برنامه
رئیس، سازمان دهی، هدایت و رهبری و کنترل برای رسیدن به اهداف است.

سی فراگرفته مدیریت استراتژی: همین ۳ مرحله است
(۱) برنامه ریزی (۲) اجرا (۳) کنترل

مفردات برنامه ریزی استراتژی:

از صفحه ۱۰۰ تا ۱۰۵

فراگفته بر تاجه رهبری استراتژی سائل مذاهل رهبر است

اول ، تدبیر ماموریت

در قدم اول باید ماموریت ، هیشم اندازد و لایزس های آن سرت راصیفن کنیم

ماموریت چیست ؟

ماموریت یا رسالت یک سازمان ، همان هدفی است که سازمان بخاطر آن بوجود آمده است

در حقیقت فلسفه وجودی یک سازمان را ماموریت می گویند

مثلاً ماموریت آندرس و پیردین - آندرس است

ماموریت ~~اداره~~ وزارت و دلایلی - جمع آوری مالیات است

وزارت اعتماد و دلایلی - ایجاد عدالت اقتصادی است

(البته ، هدف کمی مابعدیه)

که دلیل وجودی یک سازمان ، فلسفه وجودی آن سازمان را ماموریت گویند

مثلاً سرتی اعظم می کند که ماموریت من ، تولید لوازم خانگی بالینیت می باشد

لایزس ها چیست ؟

یعنی باورهای اصولی که مورد قبول لایزس مردم جامعه هستند

در سازمان می گویند ، آن لایزس ها و باورهای اصولی که مورد قبول مدیران و بیان کنندگان سرتی می باشد

هشتم اندک حسب

افق بعد بررسی است که آن سازمان یا شرکت برای خود تقویری کند.

مؤلف هشتم اندک ۱۴۰۴ برای شرکت استوار ممکن است این باشد که کل
لوازم جانبی مورد نیاز ایران را تا ۹۰٪ تامین کند.

مؤلف هشتم اندک ۱۴۰۴ دولت این است که ایران رتبه اول تولید ناخالص داخلی
در خاور میانه را داشته باشد.

همچنین در عمل و واقعیت کمی افت داریم ، البته در شاخص علمی رتبه ۱۱ هشتم (مردمان)

~~در شاخص علمی~~

۲) حال باید به بررسی عوامل خارجی و داخلی بپردازیم

بعد از معرفی هشتم اندک باید به بررسی عوامل خارجی ، باید انجام دهیم و معرفی عوامل داخلی

یوپی عوامل داخلی - به بررسی عوامل داخلی باید نقاط قوت و ضعف خود را مشخص کنیم

یوپی عوامل خارجی - فرصت ها و تهدیدات را باید بررسی کنیم

مال با استناد به این موارد به بررسی عوامل داخلی و خارجی ، اهداف راهبردی را مشخص می کنیم
مشخص کردن و بررسی نقاط قوت و ضعف
بررسی فرصت ها و تهدیدات

و براساس آن ، استراتژی نوشتنی شود و براساس آن سیاست و

اهداف بالیانه می نویسیم - سپس پس قسمت های مختلف ، تعیین منابع را انجام می دهیم و در نهایت کنترل می کنیم که استراتژی ابراشده یا خیر

(۱) تعریف ماموریت

حداصل :

(۲) ارزش ها

(۳) چشم انداز

(۴) بررسی و مستغن کردن عوامل خارجی (فرصت ها و تهدیدها)

(۵) بررسی و مستغن کردن عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف)

(۶) استراتژی توسعه سود

(۷) به اساس استراتژی ، سیاست و اهداف بالیانه توسعه می شود.

(۸) به دوایر مختلف ، منابع مورد نیاز را تعیین می دهیم

تعیین منابع

(۹) کنترل می کنیم که استراتژی به درستی ابراشده یا خیر

ساخته
بر اساس استراتژی

اسناد توضیحی دادند که چون عدا قوت نبود نتوانستیم کامل متوجه شویم