



بخش اول

مفاهیم مدیریت بازاریابی

فصل اول

تعریف بازاریابی برای قرن بیست و یکم

مدیریت بازاریابی در استارباکس

اهمیت بازاریابی

حوزه بازاریابی

مفاهیم اصلی بازاریابی

واقعتهای جدید بازاریابی

گرایش شرکت به بازار

وظایف مدیریت بازاریابی

خلاصه اجرایی

فصل دوم

توسعه و اجرای راهبردها و برنامه های بازاریابی

مدیریت بازاریابی در زیمنس

بازاریابی و ارزش مشتری

برنامه ریزی راهبردی در سطح سازمان و بخش

برنامه ریزی راهبردی واحد کسب و کار

برنامه بازاریابی و عملکرد بازاریابی

خلاصه اجرایی