

خلاصه فهرست مطالب

B2B
BUSINESS
MARKETING

- یادداشت ناشر ۲۰
- یادداشت مترجم ۲۲
- مقدمه ۲۴

بخش اول محیط بازاریابی شرکتی

B2B
BUSINESS
MARKETING

- فصل (۱) مقدمه‌ای بر محیط بازاریابی شرکتی ۳۱
- فصل (۲) ملاحظات اخلاقی در بازاریابی شرکت به شرکت ۵۳
- فصل (۳) فروش حرفه‌ای و مدیریت فروش ۸۱
- فصل (۴) فرآیند خرید سازمانی ۱۳۳

بخش دوم تحلیل تحقیق و برنامه‌ریزی استراتژیک

B2B
BUSINESS
MARKETING

- فصل (۵) تحقیقات بازاریابی و سیستم‌های اطلاعات ۱۹۵
- فصل (۶) بخش بندی بازار، تعیین جایگاه و برآورد تقاضا ۲۲۷
- فصل (۷) توسعه محصول جدید، مدیریت و استراتژی ۲۶۳
- فصل (۸) استراتژی و برنامه‌ریزی قیمت ۳۰۳

بخش سوم پیام و ابلاغ پیام

B2B
BUSINESS
MARKETING

- فصل (۹) استراتژی تبلیغات ۳۶۱
- فصل (۱۰) شرکت کنندگان در مجرای بازاریابی شرکت ۳۹۱
- فصل (۱۱) لجستیک و مدیریت زنجیره تأمین ۴۱۹

بخش چهارم کاربردهای بین‌المللی

B2B
BUSINESS
MARKETING

- فصل (۱۲) بازاریابی شرکتی بین‌المللی ۴۶۳