



معرفی کتاب راهبردهای بازاریابی برای صنایع فرهنگی و خلاق



معرفی کتاب فرهنگ اندیشکده حکمروایی فرهنگ و صنایع خلاق معرفی کتاب راهبردهای بازاریابی برای صنایع فرهنگی و خلاق ندا یوسفی	نوع سند حوزه تخصصی برنامه عنوان نگارنده / نگارندگان ناظر کیفی مشاور / مشاوران ارزیاب / ارزیابان موعد تحویل تاریخ انتشار مخاطب / کارفرما
۱۴۰۲	
مالکیت فکری و حق تألیف	
توضیح حق تألیف و مالکیت فکری	فرد / مؤسسه
----- -----	----- -----

جملات کلیدی

نویسنده در این کتاب، در مورد چگونگی افزایش تأثیر بازاریابی بر طیف وسیعی از انواع کسب و کار در صنایع فرهنگی و خلاق بحث می‌کند.

کلمات کلیدی بازاریابی، صنایع فرهنگی، کسب و کار

کتاب راهبردهای بازاریابی برای صنایع فرهنگی و خلاق^۱

کتاب «راهبردهای بازاریابی برای صنایع فرهنگی و خلاق» به نویسندگی بوتینا کلب^۲ برای دومین بار در سال ۲۰۲۱ توسط انتشارات راتلج به چاپ رسید. در این کتاب در مورد چگونگی افزایش تاثیر بازاریابی بر طیف وسیعی از انواع کسب و کار در صنایع فرهنگی و خلاق بحث می‌شود.

به اعتقاد نویسنده، راهبردهای بازاریابی برای صنایع فرهنگی و خلاق، یک رویکرد راهبردی برای توسعه برنامه بازاریابی خواهد داشت. در حالیکه بازاریابی به این سوال که "چگونه محصول مورد نیاز مصرف‌کنندگان را تولید و به فروش برسانیم"، پاسخ می‌دهد، راهبردهای بازاریابی این سوال را که "چگونه از بازاریابی برای انجام وظایف سازمان استفاده کنیم"، مطرح می‌کند. کتاب برای رسیدن به این هدف، اطلاعاتی را در مورد برنامه‌ریزی راهبردی، رسانه‌های اجتماعی، تحقیقات بازار، تعیین هدف، تئوری و عمل بازاریابی جمع‌آوری نمود که با استفاده از آن خوانندگان را در جریان فرآیند توسعه یک برنامه بازاریابی راهبردی قرار می‌دهد.

این کتاب شامل یک مقدمه اصلی و ۱۲ فصل است که هر بخش در هر فصل با مثالی از تفکر و عملکرد بازاریابی فعلی شروع می‌شود. هر بخش همچنین دارای یک تمرین با عنوان تفکر، عمل و طرح کردن نیز هست که در بخش تفکر، دانشجویان با پاسخ دادن به سوالاتی در مورد اقدامات مصرف‌کننده یا بازاریابی آن‌ها به چالش کشیده می‌شوند. بخش عمل، دستورالعمل‌هایی را در مورد عملی که باید برای یادگیری بیشتر انجام شود، ارائه می‌کند و در نهایت در بخش طرح کردن، دانشجو ملزم به تولید کار نوشتاری می‌شود. در پایان هر فصل نیز دستورالعمل‌هایی برای دانشجویان ارائه شده که با دنبال کردن هر یک از آن‌ها توسط خواننده، یک طرح بازاریابی راهبردی کامل در پایان کتاب نوشته می‌شود. این طرح، شامل یک هدف بازاریابی همراه با اهداف و ابزارهای مورد نیاز برای دستیابی به آن خواهد بود.

از جمله ویژگی‌های منحصر به فرد کتاب «راهبردهای بازاریابی برای صنایع فرهنگی و خلاق» این است که: اولین کتابی است که این بخش جدید از بازار را مورد هدف قرار می‌دهد و به عنوان تنها کتاب راهبردی بازاریابی است که به طور خاص به صنایع فرهنگی و خلاق می‌پردازد؛ بدین صورت که:

- نظریه بازاریابی را در فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک سازمانی ادغام می‌کند.
- اطلاعاتی را در مورد تحقیقات بازار و مصرف‌کننده ارائه می‌دهد که برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای انتخاب استراتژیک ضروری است.
- آخرین تحولات/ روندها در رسانه‌های اجتماعی مانند بازاریابی محتوا، تولید مشترک و تبلیغ مشترک محصولات را با نظریه و روش‌های سنتی ترکیب می‌کند.

1-Marketing Strategy for the Creative and Cultural Industries

2 -Bonita Kolb



- حاوی اطلاعاتی در مورد تغییرات سازمانی لازم برای اجرای برنامه بازاریابی استراتژیک است. به طور کلی این کتاب با ارائه طیف وسیعی از تمرین‌ها و مثال‌های واقعی، می‌تواند برای دانشجویان سراسر جهان در استفاده از برنامه‌های بازاریابی موفق در جهت ایجاد کسب و کار خلاق بسیار کمک‌کننده باشد.





پژوهشکده سیاست‌گذاری
دانشگاه شریف

spri.sharif.ir



spri@sharif.ir



[sharif.policy](https://www.instagram.com/sharif.policy)



[sharif-policy](https://www.linkedin.com/company/sharif-policy)



t.me/spri1



تهران، بلوار تیموری، میدان تیموری، محوطه آموزش دانشگاه شریف،
پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه شریف



۰۲۱-۶۶۰۶۵۱۴۰

