

# نقد در صحن

(۳)



رئیس جمهوری ترکمنستان به تهران آمد و با عالی ترین مقام های کشور مان دیدار کرد:

## توسعه همسایگی

(۲)

به بن بست خوردن مذاکرات آبی ها با «آلکس نوری»

## مدعیان سرمربی ندارند!

(۴)

شبکه های اجتماعی مقصر باخت و «ملکه آتلانتیس» باقی ماندند!

## امبر هرد، با دو خبر جنجالی بازگشت

(۵)

مدیران نظام پزشکی کشور درباره بی انگیزگی پزشکان برای ماندن و تمایل به رفتن هشدار دادند:

## زلزله انسانی در جامعه پزشکی در حال وقوع

(۷)



اگر سیمایی بسیار دیدنی «تاپ گان مارویک» را ندیده اید حتما اقدام کنید. یک اثر دیدنی و سرگرم کننده که بسیار لذت بخش است. برای بهتر لذت بردن از فیلم هم مطلب اصلی صفحه ۵ را بخوانید.

پیشنهاد

مدیر مرکز آفرینش های ادبی حوزه هنری استان اصفهان خبر داد:

## آغاز دوباره شب شعر فصلی «به ساعت اصفهان»

(۵)

معاون اجتماعی سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری اصفهان عنوان کرد:

## بررسی ۵۲ رسم باهم بودن در برنامه «عشق شورانگیزما»

(۵)

ستاره تنیس جهان به زودی پدر می شود:

## حضور نادال در ویمبلدون در هاله ای از ابهام

(۴)



چهار روز

وزیر کار استعفا داد:

## پایان یک وزیر پر ادعا!

سرخاله

مریم عمادی / گروه سیاست  
Maryam.Emadi@yahoo.com

روز سه شنبه (۲۴ خردادماه) آقای «حجت اله عبدالملکی» وزیر کار، تعاون و رفاه اجتماعی در نامهای به رئیس جمهور استعفای خود را از تصدی این وزارتخانه اعلام کرد. سخنگوی دولت ضمن قبول استعفای وی، آقای «زاهدی وفا» معاون هماهنگی و نظارت اقتصادی و زیربنایی معاون اول رئیس جمهور را به عنوان سرپرست وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی معرفی کرد.

کارگران همچنان منتظر اند

مهم ترین کلید واژه در استعفای تویبتری وزیر کار نیز «کمک به افزایش هماهنگی» در دولت است که حاکی از تفاوت دیدگاه های او با تیم اقتصادی دولت دارد. شاید یکی از مهم ترین نمادهای این عدم هماهنگی در تعیین دستمزد کارگران بود. ماجرا از این قرار بود که طبق روال هر سال تصمیم گیری در مورد حداقل دستمزد که در شورای عالی کار با حضور نمایندگان کارگران، کارفرمایان و دولت انجام می شود، امسال نیز انجام شد و شورای عالی در نهایت عددی را به عنوان حداقل دستمزد کارگران در سال جاری تعیین کرد. اما وزارت کار علیرغم حمایت لفظی از افزایش حقوق کارگران، بدترین واکنش را نسبت به این قضیه داشت. این نهاد اقدام به لغو و تغییر مصوبه کرده و نرخ افزایش حقوق را از بیش از ۵۰ درصد به همان ۱۰ درصدی که مختص کارکنان دولت بود، کاهش داد. آنهم در شرایطی که انتشار خبر افزایش حقوق، بر قیمتها در بازار تاثیر گذاشته بود. نتیجه نهایی مجموعه این اقدامات اولاً لطمه به اعتماد عمومی بود و ثانیاً افزایش قیمتها و گرانی بیشتر؛ چراکه از یک سو افزایش حقوقی صورت نگرفته و از سوی دیگر همه کالاها و خدمات با رشد قیمت مواجه شده و مخارج خانوارها به شدت بالا رفته بود. این وضعیت بن بست احتمالا همان مسئله ای بوده که در نهایت وزیر کار را ناچار به استعفا کرده است. در حال حاضر هم همه کارگران منتظرند که افزایش حقوقی که در این سه ماه نخست سال به طور نصفه و نیمه پرداخت شده، انتهای همین ماه جاری به حسابشان واریز شود اما با استعفای وزیر کار معلوم نیست چه سرنوشتی در انتظار کارگران و بازنشستگان معترض است...

ادامه در صفحه ۲

گفت و گو با نائب رئیس

کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی:

## هیچ کس، هیچ برنامه ای برای افزایش قیمت بنزین ندارد



دربارهای / گروه پارلمانی  
daryavafaei2009@gmail.com

افزایش قیمت بنزین، خبری است که دهان به دهان می چرخد

و به دیگر دلهره و نگرانی های مردم اضافه شده است. در این باره با قاسم ساعدی نائب رئیس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی به گفت و گو نشستیم که در ادامه می خوانید:

ماجرای افزایش دوباره قیمت بنزین چیست؟

بحث افزایش نرخ بنزین و کلاس سوخت، اصلا در کار مجلس نیست و اصلا کمیسیون انرژی تا الان این موضوع را به بحث نگذاشته است. هیچ درخواستی هم در این خصوص از سمت دولت و وزارت نفت اعلام نشده است. مدیران کشوری هم این برنامه را تأیید کردند که برای ۱۴۰۱ بنزین و دارو و نان هیچ گونه افزایش قیمتی نداشته باشد. اما الان در بازار، وضعیت قیمت دارو و نان چیز دیگری است.

نه ببینید، نان را الکترونیکی کردند یعنی قیمت نان همان نرخ گذشته است یعنی اضافه قیمت را خود سوبسید دولت می دهد. یعنی من شهروند با همان نرخ قبلی نان می خرم، حالا یک کارتی می کشند که از جیب شهروند نیست بلکه از جیب دولت است، پس نمی شود...

ادامه در صفحه ۳

## راهنمای

## مبتدیان برای بازاریابی



نسل فردا / پوشین روئی

### چگونه بازار هدف را شناسایی کنیم

2.

بازار هدف، جمعیت مخاطبانیست که نیاز به محصولات یا خدمات شما را دارند. این افراد یا در حال حاضر مشتری شما هستند و یا پتانسیل تبدیل شدن به مشتری را دارند. برای اینکه بازاریابی صحیحی برای محصولات خود داشته باشید، می بایست ابتدا مخاطبین هدف خود را شناسایی کنید. اگر شما فروشنده قطعات تراکتور هستید، نوجوانان مدرسه ای، مخاطب هدف شما نخواهند بود. تعریف دقیق مخاطبین شما در انتخاب کمپین های بازاریابی شما بسیار تاثیر گذار است.

### انواع مختلف بازاریابی

4.

انواع بازاریابی عبارتست از: بازاریابی عصبی-بازاریابی اینترنتی-بازاریابی سبز-بازاریابی خدمات-بازاریابی اجتماعی-بازاریابی پارتیزانی-بازاریابی تلفنی-بازاریابی صنعتی-بازاریابی مستقیم-بازاریابی شبکه ای-بازاریابی حسی انواع بازاریابی که در کشورهای مختلف مورد استفاده قرار می گیرند، متفاوتند و بسیار متنوع هستند. اما باید دید که روش های مختلف و انواع بازاریابی را مدیران با چه هدفی دنبال می کنند.

### بازاریابی چگونه تعریف می شود

1.

بازاریابی یا مارکتینگ (به انگلیسی: Marketing) مطالعه و مدیریت روابط در تبادلات است. بازاریابی فرایندی است که طی آن شرکت ها مشتریان را درگیر می کنند، با مشتری ارتباط قوی برقرار می کنند و برای مشتری ارزش ایجاد می کنند تا در ازای آن از مشتری ارزش دریافت کنند. از آنجایی که از بازاریابی برای جذب مشتری ها استفاده می شود، این فعالیت از اجزای اصلی مدیریت کسب و کار و بازرگانی محسوب می شود.

### هدف بازاریابی

3.

یک هدف بازاریابی به تعادل بین محصولات و بازاریابان مربوط می شود و می گوید چه محصولاتی را می خواهیم در چه بازاریابی به فروش برسانیم. استراتژی های بازاریابی، ابزارهای دستیابی به این اهداف با استفاده از عوامل قیمت، ترویج و توزیع هستند. در مرحله پایین تر، اهداف کارکنان و استراتژی های کارکنان، اهداف تبلیغات و استراتژی های تبلیغات و غیره قرار خواهند داشت. سپس تاکتیک ها، برنامه های اقدام و بودجه ها خواهند بود که همگی ما را قادر می سازند به اهدافمان دست یابیم.