

هفته بیست و نهم رقابت‌های لیگ برتر با برگزاری بازی‌های معوقه:

## تکلیف ماندنی‌ها و رفتنی‌ها معلوم شد

هفته بیست و نهم رقابت‌های لیگ برتر با برگزاری بازی‌های معوقه روز یکشنبه به پایان رسید. در این هفته تکلیف ماندنی‌ها و رفتنی‌ها کاملاً معلوم شد. مذاکرات تیم‌ها و بازیکن‌ها برای فصل بعدی آغاز شد. دورانی که دست کمی از روزهای ملت‌هپ لیگ ندارد و پر از خبر و شایعه و هایجک خواهد بود!

نخستین بازی هفته با تساوی دو بر دو نفت مسجد سلیمان و صنعت نفت آبادان به پایان رسید. دربی نفتی‌ها برنده نداشت تا مسجد سلیمان در روز لغزش فجر سیاسی شیراز شانس ماندن در لیگ برتر ...

۴

سه‌شنبه ۱۰ خرداد ۱۴۰۱ | ۲۰۲۲ | ۲۹ شوال ۱۴۴۳ | سال سی‌ویکم | شماره ۸ | صفحه ۳۰۰۰۷۲۲۲ | WWW.NASLEFARDA.NET | naslefordanews | nasleforda | ۳۰۰۰۷۲۲۲

گفت و گو با عضو هیأت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران با محوریت «قیمت سوخت» و «یارانه پنهان»:

# یارانه پنهان به لحاظ علمی وجود ندارد

۳



روابط ایران و تاجیکستان بعد از سال‌ها سردی به گرمی گرایید؛

## خزانی که بهار شد

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

روزی که در آستانه نهم خرداد ماه رسانه‌ها اعلام کردند که «امامعلی رحمان» رئیس‌جمهور تاجیکستان پس از یک وقفه نه‌ساله در رأس هیأت بزرگی از مقامات این کشور وارد تهران شده و مورد استقبال محرابیان وزیر نیرو قرار گرفته است. استقبال رسمی، گفت‌وگوی دوجانبه روسای جمهور و رایزنی هیأت‌های عالی دو کشور، امضای چند سند همکاری در حوزه‌های اقتصادی، علمی، سیاسی و فرهنگی و مصاحبه مطبوعاتی روسای جمهور از برنامه‌های این سفر دو روزه است. در این راستا عکسی از کیف‌هایی عجیب در دست محافظان رئیس‌جمهور تاجیکستان در سفر به تهران توجه رسانه‌ها را به خود جلب کرد.

**پنج سال تیرگی در روابط تهران - دوشنبه**  
سفر رئیس‌جمهور تاجیکستان به ایران پس از نشانه‌هایی از گرایش سردی به گرمی در روابط دو کشور انجام شده است. روابط دو کشور تا کمی قبل از یک سال پیش برای دوره‌ای تقریباً پنج ساله به سردی گراییده بود و دولت تاجیکستان ایران را به پشتیبانی از کودتای نافرجام «عبدالحلیم نظرزاده» معاون پیشین وزیر دفاع خود در سال ۲۰۱۵ و حمایت از حزب نهضت اسلامی تاجیکستان متهم کرده بود...

ادامه در صفحه ۲

رمزگشایی از پشت پرده سیاست رژیم صهیونیستی در مورد معادله اتمی ایران

## برجام و ایران اتمی کابوس‌های اسرائیل

سامان سفالگر / گروه بین‌الملل  
news@nasleforda.net

نیویورک تایمز به تازگی در مقاله‌ای، حادثه اخیر در تأسیسات نظامی و فناوری پارچین را که موجب به شهادت رسیدن یک مهندس ایرانی و زخمی شدن یک تن دیگر شد، حمله با یک کواد کوپتر انتحاری به یکی از ساختمان‌های وزارت دفاع واقع در تأسیسات مذکور نسبت داده است. این روزنامه آمریکایی بر اساس آنچه که گفتگو و کسب خبر از مقام‌های مطلع ایرانی و آمریکایی عنوان کرده، محل حمله را ساختمانی اعلام کرده که در آن تحقیقات مرتبط با طراحی و توسعه پهپادهای ایرانی انجام می‌گرفته است. این روزنامه به طور خاص رژیم صهیونیستی را مسوول این حمله دانسته است. البته که ظاهراً این رژیم این مسأله را به اطلاع مقام‌های آمریکایی نیز رسانده است. چند روز قبل نیز، حسن صیاد خدایی، سرهنگ عضو سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، در مقابل منزلش در تهران به ضرب گلوله دو موتور سوار ناشناس، ترور شد و به شهادت رسید.

اقدام تروریستی که باز هم صهیونیست‌ها را در ردیف اول متهمان این حادثه قرار داد و مقام‌های رژیم صهیونیستی نیز عملاً با سکوت خود در برابر خبرنگاران که از این حادثه می‌پرسیدند، به نوعی مهندسی این اقدام جنایتکارانه توسط رژیم صهیونیستی را تأیید کردند (البته که کشورها و کشتن‌گران زیادی هم در جهان از این قبیل اقدامات جنایتکارانه علیه کشورمان سود نمی‌برند).

در این راستا، بسیاری از ناظران و تحلیلگران، این قبیل اقدام صهیونیست‌ها را در شرایط کنونی، صرفاً با هدف ممانعت از تسهیل روند مذاکرات احیای برجام و منزوی‌سازی حداکثری ایران ارزیابی می‌کنند.

در واقع، پس از جو مثبت ایجاد شده به دنبال سفر «تریکه مورا» (مذاکره‌کننده ارشد اتحادیه اروپا در مذاکرات وین) و امیر قطر به ایران و در عین حال سفر رئیس‌جمهور کشورمان به عمان، تحلیلگران معتقدند...

ادامه در صفحه ۲

تشریح دوم

گفت و گو با مدیرعامل اولین انجمن «حمایت از زوج‌های نابارور امید دنیا» در کشور و ایده پرداز «کدملی»:

## یک خداحافظی نخبگانی دیگر در راه است

درباوفاعی / گروه ایران  
daryavafaei2009@gmail.com

به نظرمی‌رسد در بحبوحه‌ای که اغلب کشورها از جمله ایران با سالمندی و خطر کاهش جمعیت جوان مواجه هستند، وجود حتی یک راهکار برای پیشگیری از این چالش بتواند مؤثر واقع شود. «تغییر چرخه درمان برای زوج‌های نابارور» ایده‌ای است که به رغم استقبال و تأیید برخی از مسئولان بهداشت و درمان کشورمان، اما همچنان مسکوت مانده است.

به همین منظور شاید گفتگو با زهرآکامالی مؤسس و مدیرعامل انجمن «حمایت از زوج‌های نابارور امید دنیا»، همچنین ایده پرداز «کدملی» و «تغییر چرخه درمان برای زوج‌های نابارور»، پیرامون علت عدم فعالیت این انجمن، زنگ خطر یک خداحافظی نخبگانی دیگر برای سیاست‌گذاران کشور به ویژه مدیران نظام درمان و سلامت باشد. آنچه در ادامه می‌خوانید گپ و گفت نسل فردا با این نخبه جوان است...

ادامه در صفحه ۷

پیشرفت مذاکرات با «بیرو»، «نیازمند» و «حقیقی» را گزینه کرد!

## دردسرهای اردوی سرخ‌ها در دروازه

۴

غذاهایی که اضطراب را کاهش می‌دهند:

## خوراکی‌های آرامبخش

۷

**پیشنهاد**

کتاب «قصه کولی» برای ساز سنتور از استاد کیوان ساکت منتشر شد. در این کتاب ۱۰ چهارمضرب از آلبوم «سبکیال» برای ساز سنتور ساماندی (تنظیم) و مضرب گذاری شده است.

احیای برجام هم چنان ممکن؟ یک پرسش در گفت و گو با یک کارشناس؛

## ابتکارات جدید در دور جدید در راه است

۲

ابوالفضل پورعرب در یک مصاحبه مطرح کرد:

## چرا بازیگران باید سراغ تبلیغات چای بروند؟

۵

**چهار روز**

پس از تأمین سرمایه‌های لازم؛ پارک چان ووک  
و سترن می‌سازد

## آقای انتقام و کابوی‌ها

۵

## راهنمای

# مبتدیان برای بازاریابی

- ### 1. بازاریابی چگونه تعریف می‌شود؟

بازاریابی یا مارکتینگ (به انگلیسی: Marketing) مطالعه و مدیریت روابط در تبادلات است. بازاریابی فرایندی است که طی آن شرکت‌ها مشتریان را درگیر می‌کنند، با مشتری ارتباط قوی برقرار می‌کنند و برای مشتری ارزش ایجاد می‌کنند تا در ازای آن از مشتری ارزش دریافت کنند. از آنجایی که از بازاریابی برای جذب مشتری‌ها استفاده می‌شود، این فعالیت از اجزای اصلی مدیریت کسب و کار و بازرگانی محسوب می‌شود.
- ### 2. چگونه بازار هدف را شناسایی کنیم؟

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، می‌بایست ابتدا مخاطبین هدف خود را شناسایی کنید. اگر شما فروشنده قطعات تراکتور هستید، نوجوانان مدرسه‌ای، مخاطب هدف شما نخواهند بود. تعریف دقیق مخاطبین شما در انتخاب کمپین‌های بازاریابی شما بسیار تأثیر گذار است.
- ### 3. هدف بازاریابی

یک هدف بازاریابی به تعادل بین محصولات و بازارهایشان مربوط می‌شود و می‌گوید چه محصولاتی را می‌خواهیم در چه بازارهایی به فروش برسانیم. استراتژی‌های بازاریابی، ابزارهای دستیابی به این اهداف با استفاده از عوامل قیمت، ترویج و توزیع هستند. در مرحله پایین‌تر، اهداف کارکنان و استراتژی‌های کارکنان، اهداف تبلیغات و استراتژی‌های تبلیغات و غیره قرار خواهند داشت. سپس تاکتیک‌ها، برنامه‌های اقدام و بودجه‌ها خواهند بود که همگی ما را قادر می‌سازند به اهدافمان دست یابیم.
- ### 4. انواع مختلف بازاریابی

انواع بازاریابی عبارتست از: بازاریابی عصبی-بازاریابی اینترنتی-بازاریابی سبز-بازاریابی خدمات-بازاریابی اجتماعی-بازاریابی پارتیزانی-بازاریابی تلفنی-بازاریابی صنعتی-بازاریابی مستقیم-بازاریابی شبکه‌ای-بازاریابی حسی انواع بازاریابی که در کشورهای مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرند، متفاوتند و بسیار متنوع هستند. اما باید دید که روش‌های مختلف و انواع بازاریابی را مدیران با چه هدفی دنبال می‌کنند.

