



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	: صفری، امیر، ۱۳۶۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: تبلیغات و جذب مشتری در نمایندگی‌های ایران خودرو/ نویسنده امیر صفری.
مشخصات نشر	: تهران: سنجش و دانش، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۹۱ ص. : جدول، نمودار.
شابک	: 978-600-469-492-6
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۸۴-۹۰.
موضوع	: اتومبیل‌ها - ایران - بازاریابی - نمونه‌زوهی
موضوع	: Automobiles - Iran - Marketing - Case studies
موضوع	: بازاریابی ارتباطی - ایران - نمونه‌زوهی
موضوع	: Relationship marketing - Iran - Case studies
رده بندی کتبی	: ۱۳۹۶ ت ۷ ص/ ۱۲۵۵/ ۴۵۴۱۵
رده بندی دیوید	: ۶۵/ ۸۲۷-۹۵۵
شماره کتاب‌شناسی ملی	: ۵۱۰۶۹۰۰

تبلیغات و جذب مشتری در نمایندگی‌های ایران خودرو

مؤلف:	امیر صفری
ناشر:	انتشارات سنجش و دانش
تیراژ:	۵۰ نسخه
نوبت چاپ:	اول، ۱۳۹۶
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۴۶۹-۴۹۲-۶
آدرس: خ دانشگاه - تقاطع روانمهر - ساختمان سنجش و دانش پ ۱۲۶	۱۸۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد.

فهرست مطالب

۱۱.....	فصل اول:
۱۱.....	کلیات تحقیق
۱۳.....	مقدمه
۱۴.....	تعاریف واژه‌ها
۱۴.....	تعاریف نظری واژه
۱۵.....	تعاریف عملیاتی واژه‌ها
۱۷.....	فصل دوم:
۱۷.....	مروری بر ادبیات موضوع
۱۸.....	مقدمه:
۱۸.....	بخش اول: مبانی نظری مربوط به تبلیغات
۱۹.....	بخش اول: مبانی نظری مرتبط با تبلیغات
۱۹.....	تبلیغات و اهمیت آن
۲۰.....	ادوار تاریخی تبلیغات بازرگانی
۲۲.....	مؤلفه‌های تبلیغات تجاری
۲۳.....	اهداف تبلیغات بازرگانی
۲۴.....	گونه‌شناسی تبلیغات تجاری
۲۷.....	نقش‌های تبلیغات تجاری
۲۸.....	محتوای تبلیغات بازرگانی
۲۸.....	تأثیرگذاری تبلیغات تجاری
۳۰.....	تبلیغات تجاری در ایران
۳۳.....	مدیریت بازاریابی
۳۸.....	بخش دوم: مبانی نظری مرتبط با وفاداری مشتریان
۳۸.....	وفاداری مصرف‌کننده چیست؟
۳۹.....	رضایت یا وفاداری

- ۴۰..... ماهیت رویکرد رفتاری
 ۴۱..... نقاط ضعف رویکرد رفتاری
 ۴۱..... ماهیت رویکرد نگرشی
 ۴۲..... مزایای وفاداری
 ۴۳..... مزایای وفاداری برای مصرف‌کنندگان
 ۴۳..... بخش سوم: سابقه تحقیقات داخلی و خارجی، چارچوب تحقیق، مدل مفهومی و فرضیات تحقیق
 ۴۳..... پیشینه تحقیق
 ۴۳..... پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور
 ۴۴..... تحقیقات داخلی درباره وفاداری مشتری
 ۴۸..... پژوهش‌های انجام شده در خارج کشور
 ۵۱..... تحقیقات خارجی درباره وفاداری مشتری
 ۵۳..... پژوهش‌های انجام شده در خارج کشور
 ۵۴..... چهارچوب نظری تحقیق
 ۵۸..... مدل مفهومی: