

۱۶۱۵۵۳۲

السلامة للجميع

تأثیر حمایت از شکایت مصرف کننده بر انتخاب مصرف کننده
و تبلیغات شفاهی منفی

مؤلف:

کتایون میرزائی انباردان

سرشناسه

: میرزاییان انباردان، کتابون، ۱۳۶۶ -

عنوان و نام پدیدآور

: تاثیر حمایت از شکایت مصرف کننده بر شکایت مصرف کننده و تبلیغات شفاهی منفی / مولف کتابون
میرزاییان انباردان.

مشخصات نشر

: تهران: انتشارات راه دکتری، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری

: ۱۲۵ص.

شابک

: ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۵-۴۵۲-۴

وضعیت فهرست نویسی

: فیپا

موضوع

: مصرف کنندگان -- شکایت‌ها -- مدیریت

موضوع

: Consumer behavior-- Management

موضوع

: مصرف کنندگان -- رضایت

موضوع

: Consumer satisfaction

رده بندی کنگره

: ۱۳۹۷۵۲/۵۴۱۵HF /م۹ت۲

رده بندی دیویی

: ۸۱۲/۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی

: ۵۱۶۵۱

نسخه و دانش

www.sanjeshtosh..

sanjeshtosh@iran.ir

عنوان: **تأثیر حمایت از شکایت مصرف کننده بر شکایت مصرف کننده و تبلیغات شفاهی منفی**

مولف: کتابون میرزاییان انباردان

ناشر: انتشارات سنجش و دانش

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

«کلیه حقوق برای مؤلف محفوظ است»

بهاء: ۲۵۰۰۰۰ ریال

مرکز پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، پلاک ۱۲۶

تلفن تماس: ۰۲۱-۶۱۲۶

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول
۱	کلیات
۲	مقدمه
۳	بیان مسأله
۶	اهمیت و ضرورت موضوع
۷	اهداف
۸	مدل مفهومی
۸	سوالات
۸	روش
۹	قلمرو مکانی
۹	قلمرو زمانی
۱۰	ابزار گردآوری داده ها
۱۰	روش تجزیه و تحلیل داده ها
۱۰	شرح واژه ها و اصطلاحات بکار رفته
۱۰	تبلیغات شفاهی
۱۱	تبلیغات شفاهی منفی
۱۱	اعتراض مصرف کننده
۱۲	حمایت از شکایت مصرف کننده (تمایل به آگاه ساختن دیگران از تجربه خود)
۱۴	فصل دوم
۱۴	ادبیات
۱۵	مقدمه
۱۷	بخش اول
۱۷	شکایت مصرف کننده
۱۷	مصرف کننده کیست؟

۱۷	تعریف مشتری
۱۸	مفهوم شکایت
۱۹	فرآیند رفتار اعتراض مصرف کنندگان
۲۱	سکون و بی حرکتی
۲۲	تبلیغات شفاهی منفی
۲۲	اعتراض به شخص ثالث
۲۴	مفهوم رضایت مندی
۲۶	مدل های شکل گیر رضایت مشتری
۲۷	مدل رضایت مندی مشتری سوتدی
۲۸	مدل شاخص رضایت مشتری آه کابی
۲۹	مدل شاخص رضایت مشتری اروپا
۳۰	مفهوم کیفیت
۳۱	خدمات، تعاریف و ویژگی ها
۳۱	خدمت
۳۲	ویژگی های خدمات
۳۳	مفهوم کیفیت خدمات
۳۴	کیفیت خدمات و رضایت مشتری
۳۵	کیفیت خدمات و رضایتمندی
۳۶	انتظارات بهبود خدمات
۳۷	تبلیغات شفاهی
۳۸	تعریف تبلیغات شفاهی
۴۴	ویژگی های تبلیغات شفاهی
۴۴	ظرفیت
۴۵	کانون توجه (مرکز توجه)
۴۵	زمانبندی
۴۷	درخواست
۴۷	مداخله

۴۸	انواع تبلیغات شفاهی
۴۸	تبلیغات شفاهی مثبت
۵۰	تبلیغات شفاهی منفی
۵۱	متغیرهای درون فردی
۵۱	متغیرهای برون فردی
۵۲	اهمیت تبلیغات شفاهی
۵۷	قدرت تبلیغات شفاهی
۵۹	پیامدهای تبلیغات شفاهی
۶۰	عوامل اثر گذار بر رجه نفوذ تبلیغات شفاهی
۶۱	چالش های موجه در اندازه گیری تبلیغات شفاهی
۶۲	عوامل تاثیر گذار بر تبلیغات شفاهی
۶۲	نقش تجربیات گذشته
۶۳	نقش ویژگی های شخصیتی و خصصیات فردی
۶۳	نقش احساسات در واکنش مصرف کنندگان به خدمات نامطلوب
۶۳	نقش فرهنگ
۶۴	نقش بهبود خدمات
۶۴	نتایج رفتاری تبلیغات شفاهی
۶۴	نتایج رفتاری مثبت
۶۵	نتایج رفتاری منفی
۶۵	مدیریت تبلیغات شفاهی
۶۹	حمایت از شکایت مصرف کننده (تمایل به آگاه ساختن دیگران از تجربه خود)
۷۲	انگیزش مصرف کنندگان و مشتریان برای صحبت کردن درباره محصول و برند
۷۲	بخش دوم: مروری بر پژوهش های صورت گرفته
۷۲	پیشینه داخلی
۷۳	پیشینه خارجی
۷۸	فصل سوم
۷۸	روش

۷۹	 مقدمه
۷۹	 روش
۸۰	 متغیرها
۸۰	 قلمرو مکانی (جامعه آماری)
۸۰	 قلمرو زمانی
۸۱	 ابزارهای جمع آوری داده
۸۱	 روش کتابخانه ای
۸۱	 روش میدانی
۸۱	 پرسشنامه
۸۱	 مقیاس و طیف ابزار اندازه گیری
۸۱	 پرسشنامه طیفی یا مقیاسی
۸۲	 سوالات پرسشنامه
۸۳	 اعتبار (روایی) و پایایی ابزار اندازه گیری
۸۳	 تعیین اعتبار پرسشنامه (روایی)
۸۴	 تعیین پایایی پرسشنامه
۸۵	 روش تجزیه و تحلیل داده ها
۸۶	 فصل چهارم
۸۶	 تجزیه و تحلیل داده ها
۸۷	 مقدمه
۸۷	 بخش اول -- آمار توصیفی
۸۷	 داده های جمعیت شناختی
۸۸	 متغیر سن پاسخ گویان
۹۰	 فعالیت پاسخ دهندگان
۹۱	 متغیر وضعیت تاهل
۹۲	 متغیر تحصیلات
۹۳	 متغیر محل تولد
۹۴	 پیش آزمون

آزمون فرضیات	۹۶
فرضیه اول:	۹۶
بخش اول مربوط به سطح ارائه خدمت در داخل مغازه	۹۶
بخش دوم مربوط به سطح آرایه خدمات در داخل منزل	۱۰۱
فرضیه دوم:	۱۰۶
بخش اول مربوط به سطح آرایه خدمت در داخل مغازه:	۱۰۷
بخش دوم مربوط به سطح آرایه خدمات تعمیرات یخچال در منزل:	۱۰۹
نتایج کلی فرضیه اول	۱۱۱
نتایج کلی فرضیه دوم	۱۱۲
منابع و مآخذ	۱۱۳
منابع فارسی	۱۱۴
منابع لاتین	۱۱۶