

۲۲۱۲۲۹۹

بسم الله الرحمن الرحيم

www.ketab.ir
بررسی تأثیر بازاریابی احساسی، تبلیغات دهان به دهان و آگاهی از برند

بر قصد خرید مشتری

مولفان:

سروناز اسکندری

مریم مهدویان



سازمان نشر و ادبیات
کتابخانه و اسناد

- اسکندری، سروناز، ۱۳۷۰ -
بررسی تاثیر بازاریابی احساسی، تبلیغات دهان به دهان و آگاهی از برند بر قصد خرید مشتری/ مولفان سروناز اسکندری، مریم مهدویان.
تهران: سنجش و دانش، ۱۴۰۰.
د، ۸۰ص.
: ۲۵۰۰۰۰ ریال ۸-۲۶۵۶-۰۵-۶۲۲-۹۷۸
فیفا
: کتابنامه: ص. ۶۳ - ۷۶
بازاریابی -- جنبه‌های روان‌شناسی
aspects Psychological -- Marketing
: مصرف کنندگان -- رفتار -- جنبه‌های روان‌شناسی
aspects Psychological -- behavior Consumer
: برندسازی (بازاریابی) -- جنبه‌های روان‌شناسی
aspects Psychological -- (Marketing) Branding
: مهدویان، مریم، ۱۳۷۰ -
۵۴۱۵HF
۸۰۰۱۹/۶۵۸
۷۶۶۳۸۵۷
فیفا
: کتابشناسی

نفسه
ن و نام پدیدآور
صنایع نشر
صنایع ظاهری
ف
میت فهرست نویسی
شت
وع
وع
وع
وع
وع
ه افزوده
ندی کنگره
ندی دیویی
ه کتابشناسی ملی
عات رکورد کتابشناسی

www.ketab.ir

عنوان: بررسی تاثیر بازاریابی احساسی، تبلیغات دهان به دهان و آگاهی از برند بر قصد خرید مشتری
مؤلف: سروناز اسکندری-مریم مهدویان
ناشر: سنجش و دانش
نوبت چاپ: چاپ اول - ۱۴۰۰
تیراژ: ۳۰ نسخه
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۵-۲۶۵۶-۸
نشانی: میدان انقلاب. خیابان انقلاب. خیابان دانشگاه. پلاک ۱۲۶. تلفن: ۰۲۱۶۱۲۶
«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد»»

سنجش و ادب

www.sanjesh.ir
sanjeshodanesh@iran.i

قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال