

ارزش ادراک شده و خرید

محصولات سبز

www.ketab.ir

تألیف:

پدرام پرندیان

سرشناسه: پرندیان، پدram، ۱۳۵۸
عنوان و نام پدیدآور: ارزش ادراک شده و خرید محصولات سبز/ تألیف پدram
پرندیان.

مشخصات نشر: تهران: نوآوران دانش، ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۱۱۵ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۵۶-۹۹-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: فرآورده‌های سبز، خریداری، بازاریابی سبز

موضوع: Green products, Purchasing, Green marketing

رده‌بندی کنگره: HD۹۹۹۹

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۸۳

شماره کتابشناسی ملی: ۸۸۲۹۴۱۲

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیپا

عنوان: ارزش ادراک شده و خرید محصولات سبز

نویسنده: پدram پرندیان

طراح جلد: الویرا صیامی

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۱

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۵۶-۹۹-۹

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۵۷۰,۰۰۰ ریال

انتشارات نوآوران دانش

کلیه حقوق چاپ و نشر مخصوص و محفوظ ناشر است.

میدان انقلاب، ابتدای خیابان آزادی، تقاطع خیابان جمالزاده جنوبی، پلاک ۸۴ واحد ۴

تلفن مرکز پخش: ۶۶۵۶۸۹۱۷ - ۶۶۵۶۸۹۰۳ - ۹۳۷۹۶۶۴۶۰۸

سفارش اینترنتی: www.novinelc.com

۷	فصل اول: محصول سبز
۷	مقدمه
۱۲	مفهوم سبز
۱۳	محصول سبز
۱۶	مصرف سبز
۲۰	قصد خرید سبز
۲۳	فصل دوم: رفتار سبز
۲۳	رفتار خرید سبز
۲۹	ابعاد رفتاری سبز
۳۰	عوامل مؤثر و شکل دهنده رفتار سبز
۳۱	نظریه‌های مصرف سبز
۳۹	فصل سوم: مدیریت سبز
۳۹	مقدمه
۴۱	مدلهای مدیریت سبز
۴۷	استراتژی سبز
۴۹	فصل چهارم: بازاریابی سبز
۴۹	تاریخچه بازاریابی سبز
۵۲	مفهوم بازاریابی سبز
۵۵	اهمیت بازاریابی سبز

۵۹	فصل پنجم: ارزش ادراک شده
۵۹	مقدمه
۶۰	مفهوم ارزش ادراک شده
۶۸	عوامل تأثیرگذار بر فرآیند ادراک
۶۹	پیامدهای ارزش ادراک شده
۷۰	اهمیت ارزش ادراک شده مشتری
۷۲	هم‌آفرینی ارزش
۷۴	هم‌آفرینی ارزش مشتری
۷۸	ارزشهای ادراک شده توسط مشتری
۸۶	مدل‌های ارزش از دید مشتری
۸۶	مدل مؤلفه‌های ارزش
۹۱	مدل ابعاد کلیدی ارزش از دید مشتری
۱۰۰	مدلهای ارزش ادراک شده و قصد خرید سبز
۱۰۶	جمع‌بندی
۱۰۹	منابع