

رفتار خرید مصرف کننده

◀ کیفیت خدمات ▶

با تأکید بر صنعت نمایشگاه

تألیف:

دکتر بهاره اصائلو - دکتر سهیلا خدای

سرشناسه	اصانلو، بهاره، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	رفتار خرید مصرف‌کننده و کیفیت خدمات با تاکید بر صنعت نمایشگاه/ تالیف بهاره اصانلو، سهیلا خدای.
مشخصات نشر	تهران: نشانه، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	۱۴۵ ص
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۵۹۶۵-۷۸-۳
وضعیت فهرستویی	فپا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۱۴۱ - ۱۴۵.
موضوع	نمایشگاه‌های بازرگانی - ایران: نمایشگاه‌ها - ایران
موضوع	صادرات و واردات -- ایران -- بازاریابی
موضوع	بازاریابی -- ایران - مدیریت: مصرف‌کنندگان - رفتار
موضوع	خدمات -- کنترل کیفی
شناسه افزوده	خدای، سهیلا، ۱۳۶۰ -
رده بندی کنگره	۳۸۱/۸۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۲۴۵۱۳۰۶



میدان هفتم تیر، خیابان بهار شیراز، خیابان سلیمان خاطر، کوی ایرم لویی، پلاک ۸: تلفن: ۸۸۸۳۵۷۶۷ - ۰۹۱۲۵۰۳۰۸۶۰

رفتار خرید مصرف‌کننده و کیفیت خدمات (با تاکید بر صنعت نمایشگاه)

مؤلفان: دکتر بهاره اصانلو و دکتر سهیلا خدای

صفحه‌آرایی: فاطمه بابایی

چاپ و صحافی: پردیس دانش

چاپ اول: ۱۳۹۰

شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۵۹۶۵-۷۸-۳ ISBN: 978-964-5965-78-3

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۹	فصل اول: رفتار خرید مصرف کننده
۱۱	رفتار خرید سازمانی
۱۲	هدف خرید سازمانی
۱۲	فرآیند خرید سازمانی
۱۲	شناسایی مساله
۱۳	جستجوی اطلاعات
۱۳	ارزیابی گزینه‌ها
۱۴	تصمیم‌گیری درباره خرید
۱۵	ارزیابی پس از خرید
۱۹	فصل دوم: بررسی مدل‌های سنجش کیفیت خدمات و سنجش عملکرد
۲۱	مقیاس سنجش مبتنی بر اندازه‌گیری عملکرد
۲۲	مدل گرونروز
۲۳	مدل پاراسورامان
۲۶	مقیاس نظام مبادله‌ای کیفیت خدمات

۲۷	مدل تحلیل شکاف‌های پنجگانه کیفیت خدمات
۲۹	مدل تحلیل شکاف‌های هفتگانه کیفیت خدمات
۳۱	مدل بهبود کیفیت خدمات سازمانی
۳۳	مدل طیف مصالحه کیفیت خدمات و موقعیت‌های پیشنهاد شده
۳۵	مدل گذر خدماتی تعدیل شده
۳۷	چارچوب عملیاتی پردازش مشتری
۳۸	مدل رفتاری کیفیت خدمات
۳۹	مدل سلسله‌مراتب کیفیت خدمات
۴۱	مدل سه بعدی کیفیت خدمات
۴۳	سنجش کیفیت خدمات در سازمان‌های دولتی
۴۹	مشکلات موجود در بخش دولتی جهت استقرار و اندازه‌گیری کیفیت خدمات
۵۳	مدل چارچوب عمومی ارزیابی جهت اندازه‌گیری کیفیت خدمات در بخش عمومی
۵۴	مدل CAF
۵۵	توانمندسازها
۵۵	نتایج
۵۶	چارچوب‌های سنجش کیفیت خدمات در بخش عمومی
۵۷	مدل امتیازات متوازن
۵۸	شیوه به کارگیری مدل امتیازات متوازن
۶۲	راهنمای کلی ارزیابی عملکرد دستگاه‌های دولتی
۷۱	فصل سوم: بررسی مبانی نظری صنعت نمایشگاه
۷۳	واژه‌شناسی نمایشگاه
۷۳	تعریف نمایشگاه
۷۵	صنعت نمایشگاه
۷۵	رسالت نمایشگاه
۷۵	تاریخچه برگزاری نمایشگاه‌ها در جهان
۷۷	شکل‌گیری اتحادیه نمایشگاه‌های بین‌المللی (UFI)
۷۷	تاریخچه تأسیس اتحادیه نمایشگاه‌های بین‌المللی

۷۸	نقش بین‌المللی اتحادیه نمایشگاه‌های بین‌المللی
۷۹	تاریخچه برگزاری نمایشگاه‌ها در ایران
۸۱	فصل چهارم: ارائه مدل سنجش عملکرد شرکت نمایشگاه‌ها
۸۳	شناسایی معیارهای سنجش عملکرد شرکت نمایشگاه‌ها
۹۲	غرفه‌ها
۹۲	سالن‌ها
۹۳	محیط نمایشگاه و فضای باز
۹۳	خدمات جنبی
۹۳	تبلیغات و امور اداری
۹۴	متفرقه
۹۶	مدل سنجش عملکرد شرکت نمایشگاه‌ها
۹۸	تطبیق ابعاد مدل سنجش عملکرد شرکت نمایشگاه‌ها با مدل‌های موجود در مبانی نظری
۱۰۱	تشریح ابعاد مدل سنجش عملکرد شرکت نمایشگاه‌ها
۱۰۱	غرفه
۱۰۱	موقعیت غرفه خاص در داخل سالن
۱۰۲	نورپردازی
۱۰۴	رنگ
۱۰۵	انتخاب کالاها و غرفه‌آرایی
۱۰۶	سالن
۱۰۷	سرویس‌دهی و خدمات
۱۰۹	تعریف خدمات
۱۱۰	کیفیت خدمات
۱۱۲	مدیریت نمایشگاه
۱۱۳	وظایف مدیریتی شرکت برگزارکننده نمایشگاه‌ها
۱۱۴	بازاریابی
۱۱۸	بررسی روش‌های تبلیغ
۱۱۸	اطلاع‌رسانی

۱۱۹	 مشخص کردن هدف‌ها
۱۲۰	 اهداف برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی
۱۲۱	 اهداف شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی
۱۲۳	 ارزیابی نمایشگاه و گزارش فعالیت‌های آن
۱۲۴	 بررسی عوامل موثر در موفقیت یا شکست نمایشگاه
۱۲۶	 چگونگی ارزیابی نمایشگاه
۱۲۷	 گزارش‌نویسی
۱۲۸	 مدیریت شکایت‌های مشتریان
۱۳۰	 مطلوبیت زمانی
۱۳۱	 مطلوبیت مکانی
۱۳۳	 انتظارات و توقعات
۱۳۳	 انتظارات مشتریان پزیده‌ای چند سطحی و پویا
۱۳۶	 نحوه شکل‌گیری انتظارات
۱۳۷	 از نیازها تا ادراکات و از ادراکات تا انتظارات
۱۳۸	 مدیریت ادراکات و انتظارات
۱۴۱	 منابع و مواخذ