

اثرپذیری مصرف کننده از عناصر آمیخته بازاریابی و چابکی زنجیره تامین

مؤلفین:

شایان خدادادی

حبیب دهقان زاده

ویراستار:

سیدعلیرضا پورمرادی

سرشناسه	:	خدادادی، شایان، ۱۳۳۲-
عنوان و نام پدیدآور	:	اثربخیزی مصرف کننده از عناصر آمیخته بازاریابی و چابکی زنجیره تامین / مولفین شایان خدادادی، حبیب دهقان زاده؛ ویراستار سیدعلیرضا پورمرادی.
مشخصات نشر	:	گرمگان، انتشارات نوروزی، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	:	۹۲ ص.
شابک	:	978-622-02-2402-0
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
موضوع	:	تدارکات بازرگانی -- ایران -- مدیریت -- نمونه پژوهی Business logistics -- Management -- Iran -- Case studies بازاریابی -- ایران -- نمونه پژوهی Case studies -- Iran -- Marketing مصرف کنندگان -- رفتار -- ایران -- نمونه پژوهی Consumer behavior -- Iran -- Case studies برندسازی (بازاریابی) -- ایران -- نمونه پژوهی Branding (Marketing) -- Iran -- Case studies
شناسه افزوده	:	دهقان زاده، حبیب، ۱۳۳۸-
شناسه افزوده	:	پورمرادی، سیدعلیرضا، ۱۳۵۳-، ویراستار
رده بندی کنگره	:	HD۳۸/۵
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۷
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۹۷۹۲۹۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیا

اثربخیزی مصرف کننده از عناصر آمیخته بازاریابی و چابکی زنجیره تامین

مؤلفین : شایان خدادادی - حبیب دهقان زاده

ویراستار: سیدعلیرضا پورمرادی

صفحه آرا : محمدرضا متولی

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۹۲ ص

قطع: وزیری

شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۲-۲۴۰۲-۰

قیمت: ۱۰۰۰۰۰ تومان

چاپ و نشر: نوروزی-۱۷۳۲۲۴۲۲۵۸

حق چاپ برای نویسنده محفوظ می باشد.



گلستان، گرگان- خیابان شهید بهشتی، پاساژ رضا، کدپستی: ۴۹۱۶۶۵۷۳۷۶
 entesharatnorouzi
 ۰۱۷-۳۴۴۴۴۵۸-۰۹۱۱۳۷۵۴۴۷
 www.entesharate-norouzi.com entesharate.norouzi@gmail.com

فهرست مطالب

۱۱	فصل اول
۱۱	مقدمه‌ای بر بازاریابی
۱۲	مقدمه
۱۲	عناصر آمیخته بازاریابی:
۱۲	پیدایش مفهوم 4ps
۱۴	مفهوم آمیخته بازاریابی
۱۷	فصل دوم
۱۷	عناصر آمیخته بازاریابی
۱۸	عناصر آمیخته بازاریابی
۲۰	محصول
۲۲	قیمت
۲۲	مکان (توزیع)
۲۳	تبلیغات (ترویج)
۲۴	چهار پی (P) ترکیب عناصر بازار یابی
۲۵	تجزیه و تحلیل آمیزه بازاریابی

فصل سوم..... ۲۷

زنجیره تامین..... ۲۷

زنجیره تامین..... ۲۸

ارزیابی عملکرد زنجیره تامین..... ۲۹

چابکی زنجیره تامین..... ۳۱

زنجیره تامین چابک..... ۳۵

ادغام فرایندها در زنجیره تامین چابک..... ۳۷

حساسیت و پاسخ گویی به بازار..... ۳۷

شبکه مداری زنجیره تامین چابک..... ۳۸

نقش راهبرد چابک در زنجیره تامین..... ۳۸

مدیریت زنجیره تامین..... ۴۰

شیوه های مدیریت زنجیره تامین..... ۴۱

فرایندهای اصلی زنجیره تامین..... ۴۴

ضعف ها و مشکلات زنجیره تامین کالا در کشور ما:..... ۴۵

یکپارچگی زنجیره تامین..... ۴۵

یکپارچگی داخلی زنجیره تامین..... ۴۶

یکپارچگی خارجی زنجیره تامین..... ۴۷

فصل چهارم..... ۴۹

رفتار مصرف کننده	۴۹
رفتار مصرف کننده	۵۰
پیشینه و تعریف رفتار مصرف کننده	۵۰
نظریه نقش در رفتار مصرف کننده	۵۲
نگاه فرایندی به رفتار مصرف کننده	۵۲
اساس مدیریت بازاریابی باید تحلیل رفتار مصرف کننده	۵۳
فاکتورهای مؤثر بر رفتار مصرف کننده	۶۰
تجزیه و تحلیل رفتار خرید مصرف کننده	۶۲
فصل پنجم	۶۵
اعتبار برند	۶۵
نام و نشان تجاری (برند)	۶۶
ارزش و اعتبار نشان تجاری	۶۹
ارزش ویژه نام و نشان تجاری (برند)	۷۰
اعتبار نام و نشان تجاری (برند):	۷۳
دیدگاه های مطالعه ای ارزش ویژه نام تجاری :	۷۵
ابعاد اعتبار و ارزش ویژه ی نام تجاری :	۷۷
تاثیر اعتبار برند در رفتار مصرف کننده:	۷۷
فصل ششم	۷۹