



عنوان:

مبانی انتخاب کودکان در بازار یابی

نگارنده:

محمد رضا عظیمی



سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
شابک
وضعیت فهرست نویسی
یادداشت
موضوع

عظیمی، محمدرضا، ۱۳۵۴-
مبانی انتخاب کودکان در بازاریابی/ نگارنده محمدرضا عظیمی.
تهران: سنجش و دانش
۹۸ص.: جدول (رنگی)، نمودار (بخشی رنگی).
: ۲۵۰۰۰۰ ریال ۴-۲۹۱۹-۰۵-۶۲۲-۹۷۸
فیا
: کتابنامه : ص. ۹۸
: کودکان مصرف کننده -- ایران -- نمونه پژوهی
studies Case -- Iran -- consumers Child
: آگهی های تبلیغاتی و کودکان -- ایران -- نمونه پژوهی
studies Case -- Iran -- children and Advertising
: ۴۲/۵۴۱۵HF
: ۴۷۰۸۳/۳۲۹
: ۸۸۲۸۶۵۹
: فیا اطلاعات رکورد کتابشناسی

رده بندی کنگره
رده بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی
اطلاعات رکورد کتابشناسی

عنوان: مبانی انتخاب کودکان در بازاریابی	
مؤلف: محمدرضا عظیمی	
ناشر: سنجش و دانش	
نوبت چاپ: چاپ اول - ۱۴۰۰	
تیراژ: ۳۰ نسخه	
شابک: ۴-۲۹۱۹-۰۵-۶۲۲-۹۷۸	
نشانی: میدان انقلاب. خیابان انقلاب. خیابان دانشگاه. پلاک ۱۲۶. تلفن: ۰۲۱۶۱۲۶	
«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد»»	
	سنجش و دانش www.sanjesh.ir sanjeshodanesh@iran.ir قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

۸	فصل اول: کلیات
۸	مقدمه
۱۴	۷-۱- تعریف متغیرهای تحقیق
۱۴	۷-۱-۱- تعریف مفهومی متغیرهای تحقیق
۱۵	۷-۲- تعاریف عملیاتی متغیرهای تحقیق
۱۵	۸-۱- روش تحقیق
۱۶	۹-۱- روش گردآوری اطلاعات
۱۶	۱۰-۱- جامعه آماری
۱۷	۱۱-۱- روش تجزیه و تحلیل
۱۸	۱۲-۱- قلمرو تحقیق
۱۸	۱۲-۱- ساختار پژوهش
۲۰	فصل دوم:
۲۰	مقدمه
۲۰	۱۰-۲- مفهوم بازاریابی
۲۳	۲-۲- آمیخته بازاریابی
۲۸	۲-۲- استراتژی‌های بازاریابی
۳۶	۵-۲- عوامل موثر در رفتار مصرف کننده
۴۷	۶-۲- بازاریابی مواد غذایی کودک
۴۹	۷-۲- محرک های خرید کودکان
۵۱	۸-۲- خود تنظیمی در بازاریابی مواد غذایی
۵۴	۹-۲- موانع خود تنظیمی موثر بر بازاریابی کودکان
۵۵	۱۰-۲- قرار گرفتن کودکان در معرض قدرت بازاریابی مواد غذایی
۵۸	۱۱-۲- سلسله مراتب مدل اثرات برای بازاریابی غذایی
۶۱	۱۲-۲- کودکان مصرف کننده و هیجانات رفتاری
۶۴	۱۳-۲- پیشینه تحقیق
۶۴	۱-۱۳-۲- پیشینه داخلی
۶۷	۲-۱۳-۲- پیشینه خارجی
۷۰	۱۴-۲- جمع بندی و مدل تحقیق
۷۲	فصل سوم:
۷۲	مقدمه
۷۲	۱-۳- روش تحقیق
۷۲	۲-۳- جامعه آماری
۷۳	۳-۳- نمونه آماری

۷۳	۴-۲- روش گردآوری اطلاعات
۷۴	۵-۲- ابزار گردآوری اطلاعات
۷۴	۶-۲- روایی ابزار اندازه گیری تحقیق
۷۶	۷-۲- پایایی پرسشنامه
۷۶	۸-۲- روش آماری برای تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه ها
۷۷	۸-۲-۱- روش حداقل مربعات جزئی (PLS)
۷۹	۹-۲- خلاصه فصل
۸۰	فصل چهارم:
۸۰	مقدمه
۸۰	۲-۴- تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق:
۸۱	۳-۴- آزمون نرمال بودن داده ها:
۸۲	۴-۴- انتخاب متغیرهای مناسب:
۸۴	۵-۴- تکنیک حداقل مربعات جزئی (PLS):
۸۶	۶-۴- ارزیابی مدل اندازه گیری:
۸۶	۶-۴-۱- پایایی مدل اندازه گیری:
۸۹	۶-۴-۲- روایی مدل اندازه گیری:
۹۰	روایی واگرا:
۹۱	۷-۴- ارزیابی مدل ساختاری:
۹۱	۷-۴-۱- بررسی شاخص های برازش مدل:
۹۲	۷-۴-۲- آزمون کلی کیفیت مدل ساختاری:
۹۳	۸-۴- آزمون فرضیات پژوهش:
۹۸	منابع