



تحقیقات بازاریابی نوین

سال چهاردهم، شماره اول، شماره پیاپی (۵۲) خرداد ۱۴۰۳

شماره استاندارد بین‌المللی الکترونیک: 2228-7744

سر دبیر

دکتر علی شامی

دانشگاه اصفهان

shaemi@ase.ui.ac.ir

مدیر مسئول

دکتر علی شامی

دانشگاه اصفهان

shaemi@ase.ui.ac.ir

کارشناس نشریه

نیلوفر پناهی

دانشگاه اصفهان

nmrj@res.ui.ac.ir

هیات تحریریه

دکتر اصغر مشبکی

استاد دانشگاه تربیت مدرس

دکتر حبیب اله دعایی

دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد

دکتر علی صنایعی

استاد دانشگاه اصفهان

دکتر محمد ابراهیم محمد پور زرنندی

دانشیار دانشگاه واحد مرکزی

دکتر فرامرز هندسی

دانشیار دانشگاه صنعتی اصفهان

Nastaran Simarasl

Associate professor

California State Polytechnic

University, Pomona,

College of Business Administration

زهره دهدشتی شاهرخ

استاد دانشگاه علامه طباطبایی

دکتر نظام الدین فقیه

استاد دانشگاه شیراز

دکتر محمد تقی عیسانی

دانشیار دانشگاه صنعتی شریف

دکتر محمد رضا حمیدی زاده

استاد دانشگاه شهید بهشتی

دکتر بهرام رنجبریان

استاد دانشگاه اصفهان

دکتر محمد صالح اولیاء


دانشیار دانشگاه یزد


مجله تحقیقات بازاریابی نوین با همکاری انجمن علمی بازاریابی ایران منتشر می شود. این مجله بر اساس مصوبه شماره ۸۹/۳/۱۱/۱۰۴۴۰۱ مورخ ۸۹/۱۲/۱۴ کمیسیون نشریات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دارای درجه علمی است و در پایگاه های استنادی Ebsco, Google Scholar, ISC, Doaj, Ulrich نمایه شده است.

متن کامل نشریه در پایگاه های اطلاع رسانی زیر نمایه و فهرست می شود:

http://isee.ui.ac.ir	سایت اختصاصی نشریه
http://www.ISC.gov.ir	پایگاه استنادی علوم جهان اسلام
http://www.ebscohost.com	ابسکو: میزبان پایگاه های اطلاعاتی
http://www.Noormags	پایگاه مجلات تخصصی نور
http://www.SID.ir	سایت اینترنتی جهاد دانشگاهی
http://www.magiran.com	بانک اطلاعات نشریات کشور
http://journals.indexcopernicus.com	ایندکس کوپرنیکوس (فهرست مجلات برتر)
http://www.doaj.org	دوآج: فهرست مجلات پژوهشی با دسترسی آزاد

شماره تماس

۰۳۱) ۳۷۹۳۴۱۲۵ 

۰۳۱) ۳۷۹۳۲۱۷۷ 

nmrj@res.ui.ac.ir 

نشانی پستی

اصفهان، خیابان هزارجریب، دانشگاه اصفهان،
ساختمان کتابخانه مرکزی، معاونت پژوهش و
فناوری، اداره انتشارات
کد پستی: ۸۱۷۴۶۷۳۴۴۱

- ۱-۲۰ **تحلیلی از هدف‌های استفاده‌کنندگان اینستاگرام با استفاده از مصاحبه نردبانی و تکنیک ACV** ■
 زهره دهدشتی شاهرخ؛ مهدی بشیرپور؛ سیده نیلوفر موسوی
- ۲۱-۴۴ **تجربه زیسته مشتریان نسل وای نسبت به «پدیده نمایشگاه‌شدگی فروشگاه‌های اینترنتی»** ■
 میلاد جوادی؛ کامبیز حیدرزاده؛ محمدعلی عبدالوند؛ محمدحسن بهزادی
- ۴۵-۷۸ **آزمون مدل عوامل وضعیتی مؤثر بر رفتار خرید ناگهانی مصرف‌کننده (مطالعه موردی: فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند در کلانشهر تهران)** ■
 یاسمین دانشور حمیدی؛ باقر عسگرنژاد نوری؛ محمد حسن زاده؛ قاسم زارعی؛ مریم مولا قلقاچی
- ۷۹-۱۰۲ **کاوش و تبیین خوشه‌ای نقشه سفر خرید تماشاگران سینما براساس نقاط تماس** ■
 محمد علی سیاه سرانی کجوری
- ۱۰۳-۱۲۶ **ارائه مدلی برای شبیه‌سازی عوامل مؤثر بر وفاداری برند در صنعت خرده‌فروشی آنلاین با رویکرد پویایی سیستم** ■
 فهیمه دوست حسینی؛ آمنه خدیور
- ۱۲۷-۱۴۶ **تحلیل احساس و کاوش عقیده از متن به روش بدون نظارت با استفاده از منطق فازی: کاربرد در تحقیقات بازار** ■
 دليلة رشیدی؛ محمد رحمانی منش؛ محسن شفیعی نیک‌آبادی
- ۱۴۷-۱۶۴ **بررسی نقش جهت‌گیری استراتژیک بازاریابی سبز در پایداری زیست‌محیطی با نقش میانجی ظرفیت جذب و نوآوری سبز** ■
 حسین رحیمی؛ امیرحسین طاهری