



## تحقیقات بازاریابی نوین

سال پانزدهم، شماره اول، شماره پیاپی (۵۶) خرداد ۱۴۰۴

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](mailto:nmrj@res.ui.ac.ir)

هیات تحریریه

دکتر اصغر مشکی

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 عیسایی

دانشیار دانشگاه صنعتی شریف

دکتر محمد رضا حمیدی زاده

استاد دانشگاه شهید بهشتی

دکتر بهرام رنجبران

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>

<http://www.ISC.gov.ir>

<http://www.ebscohost.com>

<http://www.Noormags>

<http://www.SID.ir>

<http://www.magiran.com>

<http://journals.indexcopernicus.com>

<http://www.doaj.org>

سایت اختصاصی نشریه

پایگاه استنادی علوم جهان اسلام

ابسکو: میزبان پایگاه های اطلاعاتی

پایگاه مجلات تخصصی نور


سایت اینترنتی جهاد دانشگاهی


بانک اطلاعات نشریات کشور

ایندکس کوپرنیکوس (فهرست مجلات برتر)

دوآج: فهرست مجلات پژوهشی با دسترسی آزاد

شماره تماس

۰۳۱)۳۷۹۳۴۱۲۵ 

۰۳۱)۳۷۹۳۲۱۷۷ 

[nmrj@res.ui.ac.ir](mailto:nmrj@res.ui.ac.ir) 

نشانی پستی

اصفهان، خیابان هزارجریب، دانشگاه اصفهان،

ساختمان کتابخانه مرکزی، معاونت پژوهش و

فناوری، اداره انتشارات

کد پستی: ۸۱۷۴۶۷۳۴۴۱

- ۱-۲۴ ■ بررسی تأثیر نوآوری برند بر طنین برند با نقش میانجی تجربه برند (مورد مطالعه: مشتریان بانک پاسارگاد تهران)

زهرا روشن آزاده؛ اسدالله کردناییچ؛ فرشته منصوری مؤید
- ۲۵-۵۴ ■ شناسایی و تحلیل ترجیحات مصرف‌کنندگان با ویژگی غالب نسل زد و نسل وای در خصوص خدمات و محصولات صنعت پوشاک با تأکید بر تفاوت‌های بین نسلی با رویکرد FCM

علی شریعت نژاد؛ لیلا یاراحمدی
- ۵۵-۸۶ ■ شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های بازاریابی خیرخواهانه با تمرکز بر اصول اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی

بهار براخاصی؛ محمدمهدی پرهیزگار؛ محمد نصراله نیا
- ۸۷-۱۲۰ ■ بررسی تأثیر هوش مصنوعی بر رضایت مشتریان در خرید کالاهای مصرفی

غزل نصرآبادی؛ صبا امیری؛ یوسف محمدی فر
- ۱۲۱-۱۴۴ ■ بازآفرینی برند، تجربه مشتری و تأثیر آن‌ها بر کیفیت خدمات و وفاداری مشتری

رقیه پورحسن آنپار؛ معصومه حسین زاده شهری
- ۱۴۵-۱۸۰ ■ افزایش قصد خرید در فروشگاه‌های خرده‌فروشی زنجیره‌ای با استفاده از استراتژی کانال‌های یکپارچه

یاسر ترکانلو؛ سیدجعفر زنوزی؛ محمدرحیم اسفیدانی
- ۱۸۱-۲۱۴ ■ آینده‌پژوهی بازاریابی هوشمند بر مبنای اینترنت اشیا (مورد مطالعه: تأمین اجتماعی ایران)

هادی تقوی؛ سیدرسول حسینی؛ سیدمحمدباقر جعفری؛ محمدشریف قاصری زهان