تحقیقات بازاریابی نوین

سال شانزدهم ، شماره چهارم، شماره پیاپی(۶۳) اسفند ۱۴۰۵

شماره استاندارد بین‌المللی الکترونیک: 2228-7744

مدیر مسئول

دکتر علی شائمی

دانشگاه اصفهان

shaemi@ase.ui.ac.ir

سردبیر

دکتر علی شائمی

دانشگاه اصفهان

shaemi@ase.ui.ac.ir

کارشناس نشریه

نیلوفر پناهی

دانشگاه اصفهان

nmrj@res.ui.ac.ir

هیات تحریریه

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 رنجبریان

استاد دانشگاه اصفهان

دکتر محمد صالح اولیاء

دانشیار دانشگاه یزد

دکتر اصغر مشبکی

استاد دانشگاه تربیت مدرس

دکتر حبیب اله دعایی

دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد

دکترعلی صنایعی

استاد دانشگاه اصفهان

دکتر محمد ابراهیم محمد پور زرندی

دانشیار دانشگاه واحد مرکزی

دکتر فرامرز هندسی

دانشیار دانشگاه صنعتی اصفهان

Nastaran Simarasl
Associate professor
California State Polytechnic University, Pomona,
College of Business Administration

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، تحقیقـات و فنـاوری، دارای درجـه علمی است و در پایگاه های استنادی Ebsco, Google Scholar, ISC, Doaj, Ulrich نمایه شده است.

متن کامل نشریه در پایگاه‌های اطلاع‌رسانی زیر نمایه و فهرست می‌شود:

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

نشانی پستی

اصفهان، خیابان هزارجریب، دانشگاه اصفهان، ساختمان کتابخانه مرکزی، معاونت پژوهش و فناوری، اداره انتشارات

کد پستی: ۸۱۷۴۶۷۳۴۴۱

شماره تماس

(۰۳۱) ۳۷۹۳۴۱۲۵

(۰۳۱)۳۷۹۳۲۱۷۷

nmrj@res.ui.ac.ir

فهرست

■ **اقتصاد نقره‌ای در ایران؛ مطالعه آیندهٔ کسب‌وکارهای مرتبط با سالمندی** ۱-۳۰

شهریار عزیزی؛ سلمان عیوضی نژاد

■ **طراحی مدل پاسخ به شایعات بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: شایعات صنایع غذایی در شبکه‌های اجتماعی)** ۳۱-۶۲

علی خدادادیان؛ محمد رحیم اسفیدانی؛ طهمورث حسنقلی یاسوری

■ **تأثیر اشتراک‌گذاری در رسانه‌های اجتماعی بر قصد بازدید مجدد مقاصد گردشگری ماجراجویانه با نقش میانجی ریسک ادراک‌شده** ۶۳-۹۰

فرزانه امانی بنی؛ هادی باقری

■ **بررسی ارتباط میان بازی‌وارسازی و درگیرسازی مشتریان در کسب‌وکارهای اینترنتی** ۹۱-۱۲۰

مرضیه گمار؛ صبا امیری

■ **مدل هم‌آفرینی ارزش با مشتری در فرایند توسعهٔ محصولات جدید سازمان‌های دارای محصولات و سیستم‌های پیچیده** ۱۲۱-۱۵۶

محمد رضا کریمی علویجه؛ امید حیدری؛ زهره دهدشتی شاهرخ؛ وحید ناصحی فر

■ **کاربرد یادگیری افزایشی در پیش‌بینی روی‌گردانی مشتریان: مقایسهٔ رگرسیون لجستیک با شبکهٔ عصبی پرسپترون چندلایه** ۱۵۷-۱۸۲

حسین نوروزی؛ زهرا روشن آزاده

■ **تدوین الگوی بازاریابی ارجاعی: قدرت پنهان مشتریان در رشد برند** ۱۸۳-۲۱۴

عبداله ساعدی؛ فاطمه بیرانوند