

## فهرست مطالب

پیش‌گفتار..... ۹

### فصل اول: کلیات رفتار مصرف‌کننده

نقشه ذهنی فصل اول: ..... ۱۱

مقدمه ..... ۱۲

مصرف، مصرف‌کننده و دانش رفتار مصرف‌کننده ..... ۱۳

نگاه فرایندی به رفتار مصرف‌کننده ..... ۱۴

عوامل مختلف در رفتار مصرف‌کننده ..... ۱۵

تأثیر راهبرد بازاریابی بر مصرف‌کننده ..... ۱۶

تقسیم‌بندی مصرف‌کنندگان (بخش بندی بازار) ..... ۱۷

تأثیر بازاریابی بر مصرف‌کنندگان ..... ۱۹

دو دیدگاه درباره تحقیقات رفتار مصرف‌کننده ..... ۲۰

پژوهشی در زمینه رفتار مصرف‌کننده ..... ۲۱

مفهوم‌شناسی مصرف و رفتار مصرف‌کننده ..... ۲۲

رویکردهای نظری در مطالعه رفتار مصرف‌کننده ..... ۲۳

خلاصه فصل اول: کلیات رفتار مصرف‌کننده ..... ۲۵

### فصل دوم: پردازش اطلاعات (ادراک)

نقشه ذهنی فصل دوم ..... ۲۷

مقدمه ..... ۲۸

۲۹	..... پردازش اطلاعات
۳۰	..... ادراک
۳۲	..... سیستم‌های حسی
۳۹	..... مواجهه
۴۰	..... آستانه‌های حسی
۴۴	..... توجه
۵۵	..... فهم
۵۹	..... نشانه‌شناسی
۶۰	..... تفسیر
۶۱	..... تأثیر عوامل مختلف بر تفسیر محرک‌های بازاریابی
۶۱	..... فرایند ادراک مصرف‌کننده و تنظیم راهبرد بازاریابی
۶۳	..... مدل بازاریابی AIDAS
۶۴	..... پژوهشی در زمینه پردازش اطلاعات (ادراک)
۶۶	..... تفاوت بازاریابی سنتی و بازاریابی حسی
۶۷	..... خلاصه فصل دوم. ادراک

### فصل سوم: یادگیری و حافظه

۶۹	..... تصویر ذهنی فصل سوم: یادگیری و حافظه
۷۰	..... مقدمه
۷۱	..... نظریه‌های یادگیری
۷۲	..... شرطی‌سازی کلاسیک
۷۴	..... شرطی‌سازی عاملی (ابزاری)
۷۸	..... نظریه یادگیری شناختی
۷۹	..... نظریه یادگیری مشاهده‌ای

۸۱	تفاوت شرطی سازی عامل و یادگیری مشاهده‌ای
۸۲	خلاصه فصل سوم: بخش یادگیری
۸۳	حافظه
۸۴	سیستم‌های حافظه
۸۸	سطوح دانش مصرف‌کننده
۸۹	بازاریابی به منظور تصمیمات خرید
۹۰	عوامل مؤثر بر بازاریابی اطلاعات
۹۲	قدرت بازاریابی نوستالژی
۹۳	ارزیابی حافظه برای محرک‌های بازاریابی
۹۵	خلاصه فصل سوم: بخش حافظه
۹۶	پژوهشی در زمینه حافظه و یادگیری

### فصل چهارم: انگیزش

۹۹	تصویر ذهنی فصل چهارم: انگیزش
۱۰۱	مقدمه
۱۰۲	فرایند انگیزش
۱۰۳	قدرت انگیزش
۱۰۳	جهت انگیزش
۱۰۴	تعارض‌های انگیزشی
۱۰۸	انواع کلی نیازهای مصرف‌کننده
۱۱۱	نظریه عمومی انگیزش
۱۱۳	انگیزه‌های پنهان
۱۱۴	انگیزه‌های مصرف
۱۱۵	آرزوهای مصرف‌کننده

۱۱۶	درگیری ذهنی مصرف کننده
۱۱۸	اندازه گیری درگیری
۱۲۰	ارزش ها
۱۲۶	فهرست ارزش ها
۱۲۸	مادی گرایی
۱۳۰	پژوهشی در زمینه انگیزش:
۱۳۳	خلاصه فصل چهارم: انگیزش

### فصل پنجم: نگرش

۱۳۵	تصویر ذهنی فصل پنجم: نگرش
۱۳۶	مقدمه
۱۳۸	عناصر تشکیل دهنده نگرش
۱۴۱	عملکردهای نگرش
۱۴۳	مدل ABC نگرش و سلسه مراتب اثر
۱۴۴	سلسه مراتب یادگیری
۱۴۷	نگرش بر تبلیغات
۱۴۷	شکل گیری نگرش
۱۴۸	سطح تعهد به یک نگرش
۱۵۰	اصل هماهنگی شناختی
۱۵۱	نظریه ناهماهنگی شناختی
۱۵۲	نظریه خود ادراکی
۱۵۳	نظریه قضاوت اجتماعی
۱۵۴	نظریه توازن
۱۵۵	مدل های نگرش

۱۵۸.....	پیگیری نگرش در طول زمان
۱۵۹.....	پژوهشی در زمینه نگرش:.....
۱۶۳.....	خلاصه مباحث فصل پنجم: نگرش.....
<b>فصل ششم: شخصیت</b>	
۱۶۵.....	تصویر ذهنی فصل ششم - شخصیت.....
۱۶۶.....	مقدمه.....
۱۶۷.....	مفهوم شخصیت.....
۱۶۸.....	اجزای شخصیت و تحقیقات مصرف کننده.....
۱۷۰.....	شکل های مختلف شخصیت.....
۱۷۱.....	نظریه های شخصیت.....
۱۷۴.....	مدل 3M انگیزش و شخصیت.....
۱۷۵.....	سبک زندگی و شخصیت مصرف کننده.....
۱۷۶.....	شخصیت برند (نام و نشان تجاری).....
۱۷۸.....	احساسات.....
۱۷۹.....	هیجان ها.....
۱۸۰.....	منابع احساس و هیجان.....
۱۸۱.....	نقش جنسیت در بازاریابی و انتخاب محصولات.....
۱۸۲.....	پژوهشی در این زمینه:.....
۱۸۸.....	خلاصه فصل ششم: شخصیت.....
۱۹۱.....	فهرست منابع.....