

عنوان مقاله:

مروری بر ادبیات رابطه بین دانش برند سبز و نگرش برند سبز با قصدخریدسبز

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

الهام نودهی - گروه مدیریت، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

میثم شیرخدایی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

ابوالحسن حسینی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

خلاصه مقاله:

موضوع: این تحقیق مروری دارد بر ادبیات رابطه بین دانش برند سبز و نگرش برند سبز با قصدخریدسبزهدف: این تحقیق به بررسی ادبیات عوامل موثر بر قصدخریدسبز می پردازد و دانش برند سبز و نگرش برند سبز به عنوان دو متغیر مهم تاثیرگذار بر قصدخریدسبز در نظر گرفته شده است. هدف این تحقیق بررسی رابطه بین دانش برند سبز و قصدخریدسبز و هم چنین رابطه بین نگرش برند سبز و قصدخریدسبز است. روش تحقیق: در راستای دستیابی به اهداف با استفاده از روش توصیفی مروری جامع بر ادبیات موضوع ارایه گردیده است. دستاوردهای مقاله: این تحقیق به تکمیل مطالعات پیشین یاری می رساند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، دانش برند سبز، نگرش برند سبز، قصدخریدسبز، تیوری رفتار برنامه ریزی شده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756186>

