

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر فعالیت های بازاریابی رسانه های اجتماعی بر روی ارزش ویژه برند و پاسخ مشتری

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

میثم برداره - MBA مشاور برندینگ و کارآفرینی، تهران، ایران

ثمانه برزو - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دانشگاه غیاث الدین جمشید کاشانی، آریک، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر فعالیتهای بازاریابی رسانه های اجتماعی بر روی ارزش ویژه برند و پاسخ مشتری (مورد مطالعه محصولات شرکت اپل) میباشد و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی-پیمایشی است. برای جمع آوری اطلاعات مربوط از روش کتابخانه ای-میدانی و به صورت پرسشنامه استفاده شده است. با توجه به هدف پژوهش و موضوع پژوهش جامعه آماری، این پژوهش شامل کلیه مشتریان/ مصرف کنندگان برند شرکت اپل در پاساژ میلاد شهر کرج میباشد. که تعداد آنها نامحدود در نظر گرفته شد؛ در این تحقیق برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و 384 نفر انتخاب و پرسشنامه به صورت تصادفی بین آنها توزیع گردید. و برای تعیین روایی پرسشنامه ها از روش روایی محتوایی استفاده گردیده است و همچنین برای تعیین پایایی پرسشنامه ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده و ضرایب نشان داد که ابزار جمع آوری اطلاعات از پایایی بالایی لازم برخوردار میباشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید؛ در آمار توصیفی تحقیق به بررسی متغیرهای تحقیق از قبیل میانگین، انحراف معیار و واریانس و متغیرهای جمعیت شناختی از قبیل جنسیت، سن، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات و همچنین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی در طول روز و شبکه اجتماعی مورد استفاده پرداخته شد، پس از آن در آمار استنباطی، به منظور بررسی روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تاییدی و به منظور بررسی فرضیات تحقیق از مدل سازی معادلات ساختاری روش الگویابی معادلات ساختاری (SEM) با کمک نرم افزار SmartPLS استفاده گردید. و تمامی فرضیه های تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. در نهایت پیشنهادها و راهکارهایی برای بهبود و ارتقای بازاریابی رسانه های اجتماعی در شرکت مذکور ارائه گردیده است.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی رسانه های اجتماعی، ارزش ویژه برند، پاسخ مشتری، محصولات شرکت اپل

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1022958>

