

عنوان مقاله:

نقش طراحی تبلیغات سبز بر رفتار های زیست محیطی مصرف کنندگان

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

لیلا باقری - گروه مدیریت بازرگانی واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران.

هما درودی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران.

خلاصه مقاله:

امروزه محیط زیست و حفظ آن به مساله ای حیاتی و دغدغه ای، جدی برای سازمانها و مصرف کنندگان تبدیل شده است بطوریکه نگرانی جامعه نسبت به محافظت از محیط زیست منجر به پیدا شدن نوعی جدید از مصرف کنندگان شده است که این نگرانی ها را در تصمیمات خریدشان نشان می دهند. در این راستا طراحی تبلیغات سبز کمک قابل توجهی در زمینه تبلیغ محصولات سبز برای حفاظت از محیط زیست می نمایند که نقش مهمی در تقویت رفتار های زیست محیطی مصرف کنندگان و مصرف سبز دارد. بنابراین هدف از این پژوهش بررسی نقش طراحی تبلیغات سبز بر رفتار های زیست محیطی می باشد. در این مقاله تعاریف متغیرها و عوامل مرتبط با آن مورد بررسی قرار می گیرد و در ادامه نقش طراحی تبلیغات سبز بر اثربخشی تبلیغات با تاکید بر احساس حفاظت از محیط زیست مورد بررسی قرار می گیرد و بحث و نتیجه گیری کلی و پیشنهاداتی از دیدگاه صاحب نظران ارائه می گردد.

کلمات کلیدی:

طراحی تبلیغات سبز، رفتار های زیست محیطی مصرف کنندگان، مصرف سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1347937>

