

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل تاثیرگذار بر آمیخته بازاریابی کتب دفاع مقدس

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات دفاع مقدس، دوره 3، شماره 4 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسنده:

رسول یوسفی - عضو هیئت علمی دانشگاه جامع امام حسین(ع)، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

تکانه های محیطی، سبب افزایش روزافزون درک نیازهای مشتریان شده است. افراد با سلیقه ها، نیازها و تجارب مختلف و با توجه به ظرفیت ها و محدودیت های خود، اقدام به انتخاب می کنند. با ظهور فضای رقابتی، مفاهیمی همچون مشتری مداری و کسب رضایت مشتری، پایه و اساس کسب و کار شده، سازمانی که به این تحولات بی توجه باشد، از صحنه بازار حذف می شود. درک این نیاز در حوزه فرهنگ و دفاع مقدس که بخشی مهم از تاریخ جمهوری اسلامی را تشکیل می دهد، اهمیتی دوچندان می یابد. در واقع، به منظور جلب نظر مردم به مطالعه کتب دفاع مقدس، ضروری است که عوامل موثر بر این مهم مورد بررسی و مذاقه قرار گیرد. بر این اساس، این تحقیق به بررسی عوامل موثر بر آمیخته بازاریابی کتب دفاع مقدس پرداخته است. از این رو، رویکرد آن توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق نیز خریداران کتاب در شهر تهران است که با بهره گیری از جدول مورگان ۳۸۴ نفر، حجم نمونه انتخاب شدند. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده ها، روش های آماری توصیفی و استنباطی و آزمون های تحلیل تاییدی و تحلیل مسیر، مطمح نظر قرار گرفت.

## کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، کتب دفاع مقدس، تحقیق پیمایشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1377474>

