

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تبلیغات اینترنتی بر تصمیم خرید مشتریان در خصوص پوشاک تولید داخلی شهر رشت

## محل انتشار:

کنفرانس ملی تحقیقات میان رشته ای در علوم انسانی و فرهنگ ایرانی اسلامی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

فاطمه صدقی ثابت - مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی رشت، محقق و مشاور مدیریت استان گیلان، رشت

## خلاصه مقاله:

این مقاله با هدف تاثیر تبلیغات اینترنتی بر قصد خرید مشتریان در خصوص پوشاک تولید داخلی تدوین شده است. امروزه اینترنت به عنوان رسانه های قدرتمند در اختیار صنعت تبلیغات قرار گرفته است بدلیل ویژگیهای فراوانی که اینترنت در مقایسه با رسانه های مختلف دارد، تبلیغات اینترنتی شاهد رشد فراوانی در طی سالیان اخیر شده است برای نیل به این هدف، نمونه ۵۰ نفری با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب گردید. ابزار گردآوری دادهها، در این مقاله پرسشنامه استاندارد شده. این مقاله به بررسی تبلیغات اینترنتی در شهر رشت مورد بررسی قرار گرفته و نتایج بدست آمده نشان داد که تبلیغات اینترنتی می تواند اثر معناداری بر روی قصد خرید مشتریان در پوشاک تولید داخلی داشته باشد.

## کلمات کلیدی:

اینترنت تبلیغات اینترنتی، شبکه اجتماعی، قصد خرید، مشتری، خرید اینترنتی پوشاک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1557799>

