

عنوان مقاله:

اصول و مبانی قرآنی در تبلیغات بازرگانی برای کودکان

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم اجتماعی، علوم تربیتی و فلسفه (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

احمد رضائی - سطح سه حوزه علمیه قم

وحید انعامی - سطح سه حوزه علمیه قم

پرستو امیدی یگانه - کارشناسی مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

تبلیغات بازرگانی یکی از منابع مهم اطلاع‌رسانی در زمینه امور فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی یک جامعه به شمار می‌رود و تاثیر به‌سزایی در شکل‌گیری الگوهای فکری، احساسی و رفتاری مخاطبان به ویژه کودکان دارد. کودکان به علت کمبود قدرت تشخیص، تحلیل و ویژگی تلقین‌پذیری از آسیب‌پذیری بیشتری برخوردارند. این نقیصه ی کودکان، تبلیغ‌کنندگان را به این واداشته که این گروه مخاطب را برای خرید کالاها ترغیب کنند، والدین هم از نظر آنها بیشتر برای خرید کالا استفاده می‌کنند. این مقاله در پی آن است که اصول و مبانی ای را برای استفاده از تبلیغات بازرگانی برای کودکان طبق آیات قرآن نگارش کند این اصول و مبانی عبارتند از: ۱- خانواده‌ها ۲- جامعه ۳- انبیا و اولیای الهی ۴- هنرمندان ۵- ورزشکاران ۶- اسوه‌های عفت. قرآن کریم مری عالم است حاوی پیشرفته‌ترین سبک‌ها در ساده‌ترین قالب‌ها می‌باشد یکی از این قالب‌ها اسوه‌ها هستند که ما آنها را به عنوان اصل قرار داده ایم اسوه‌های قرآنی متربی را به سوی کمالات سوق می‌دهند تربیت گرچه سخت و دشوار می‌باشد؛ ولی با اسوه‌پذیری آسان می‌شود؛ چون مرحله به مرحله پیش می‌رود. در این مقاله به بررسی اصول تبلیغات بازرگانی در زندگی، نگرشها و رفتار کودکان و نحوه بازنمایی هویت آنان در تبلیغات بازرگانی می‌پردازیم و روش استفاده در این مقاله جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای و بصورت نقلی و حیانی می‌باشد.

کلمات کلیدی:

اصول؛ اصناف؛ قرآن؛ تبلیغات بازرگانی .

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1698466>

