

عنوان مقاله:

اثر مدیریتی تبلیغات و بازاریابی بر صنعت کسب و کار

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی پژوهش های شاخص در مدیریت، حسابداری، بانکداری و اقتصاد (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

وجیح اله رنجبر - دانش آموخته کارشناسی ارشد، رشته مدیریت صنعتی، دانشگاه تجارت تاجیکستان، تکمیلی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

همواره تبلیغات و بازاریابی از مسایل پر اهمیت در صنعت کسب و کار هستند، به طوری که امروزه با ایجاد روش های تبلیغاتی به سبک مدرن، تأثیرات مستقیم آن در کسب و کار جامعه بر کسی پوشیده نیست. این مقاله مروری با بررسی ۱۰ مقاله در زمینه های آثار تبلیغات و مدیریت مبتنی بر بازار بر کسب و کارهای مختلف، به اهمیت و مدیریت تبلیغات در جهت تقویت کسب و کار می پردازد. بررسی ها نشان می دهد که برای افزایش راندمان کسب و کار، تبلیغات مناسب بیشترین و با اهمیت ترین نقش را دارند تا جایی که عدم تبلیغات مناسب، میزان فروش را به شدت کاهش می دهد. در مطالعه حاضر، اثر مدیریتی تبلیغات بر میزان کسب و کار را بررسی نموده ایم. روش گردآوری مجموعه علمی مروری می باشد. نتایج این مطالعه مروری نشان می دهد برای بهبود صنعت کسب و کار مدیریت تبلیغات نقش بسیار مهمی دارد و تبلیغات و بازاریابی از هم جدا نیستند.

کلمات کلیدی:

مدیریت، بازاریابی، کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1705645>

