

## عنوان مقاله:

مروری بر روش های نوین بررسی دینامیک تبلیغات شفاهی با رویکرد معادلات انتشار در شبکه های پیچیده

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

پریسا خاکی - دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

هادی کاشی ساز - استادیار، گروه فیزیک، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

احمد راه چمنی - استادیار، دانشکده مدیریت، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

## خلاصه مقاله:

این مقاله با هدف مرور و معرفی روش های علمی نوین در عرصه مدیریت بازاریابی و فرایندهای کم هزینه تخمین و پیش بینیرفتار بازار، جهت آشنایی همکاران ارائه شده است. مقاله حاضر مروری سیستماتیک است که در آن با شناسایی دقیق، منظم و برنامه ریزی شده تمام مطالعات مرتبط، میتوان شناخت عینی تری در زمینه مدلسازی ریاضی انتشار تبلیغ شفاهی در جامعه بدست آورد. در تحقیق حاضر جمع آوری اطلاعات از طریق جستجو در مقالات معتبر به دو زبان انگلیسی و فارسی صورت گرفت. این مطالعه از نوع مطالعات ثانویه است و با توجه به روش اجرا مرور سیستماتیک تلقی میشود. جامعه آماری، کلیه مطالعاتی است که از جوانب مختلف به موضوع انتشار و پویایی تبلیغات شفاهی در شبکه های پیچیده پرداخته اند. پس از جمع آوری مقالات مورد نظر بدون محدودیت زمانی از طریق پایگاه داده های مشخص شده، به بررسی هرکدام پرداخته شد. نتایج نشان میدهد روشهای مبتنی بر مدلسازی ریاضی رفتار تبلیغ شفاهی، بسیار کم هزینه تر از روشهای مبتنی بر آزمون و خطای رایج در مدیریت بازاریابی میتواند آثار سیاست های تبلیغاتی را پیش بینی کند. روشهای مبتنی بر مدلسازی ریاضی، جامعه را به عنوان یک شبکه پیچیده و گسترش تبلیغات شفاهی را به عنوان یک پدیده انتشار در نظر می گیرند. هدف اصلی در این پژوهش معرفی روشهای نوین مبتنی بر فیزیک سیستم های پیچیده در زمینه پیش بینی رفتار بازار هدف در مقابل سیاست های بازاریابی اتخاذ شده توسط شرکتها است.

## کلمات کلیدی:

تبلیغات شفاهی، سیستم های پیچیده، مدلسازی ریاضی، انتشار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2025958>

