

عنوان مقاله:

ارزیابی برون داده‌های پژوهشی متمرکز بر اثربخشی تبلیغات در حوزه سلامت

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و توسعه پایدار، دوره 3، شماره 2 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

محمدحسین ریاحی - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

شهناز نایب زاده - استاد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

ابوالفضل داودی رکن آبادی - استاد، گروه طراحی پارچه و لباس، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

خلاصه مقاله:

تجربه کشورهای مختلف در سراسر دنیا در دوران پاندمی ویروس کرونا بر اهمیت تبلیغات به عنوان ابزار اصلاح و تغییر نگرش و رفتار مردم صحنه گذاشت. بر همین اساس و به لحاظ هزینه های گزاف تبلیغ، موضوع اثربخشی تبلیغات مخصوصاً در حوزه سلامت توجه مدیران و تصمیم گیرندگان کشورها و نیز محققین را به خود جلب کرده است. لذا، هدف این پژوهش بررسی پژوهش های بین المللی منتشر شده در زمینه اثربخشی تبلیغات در حوزه سلامت در راستای کسب بینشی جامع و راهگشا است. پژوهش توصیفی- تحلیلی حاضر با رویکرد علم سنجی و با استفاده از روش تحلیل هم واژگانی و تحلیل شبکه ای به بررسی ۴۳۸ مقاله که در پایگاه اطلاعاتی وب آو ساینس در فاصله زمانی سال ۱۹۷۰ تا سال ۲۰۲۲ نمایه شده اند می پردازد. تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار ووس وویور نشان می دهد سال ۲۰۲۱ بهار تحقیقات انجام شده در مورد اثربخشی تبلیغات در حوزه سلامت و آمریکا مهد این پژوهش ها می باشد. گستردگی کلمات کلیدی منتخب محققان در مقالات خود که به معنی جامعیت پژوهش در این حوزه می باشد و نیز همکاری علمی کشورهای مختلف سراسر دنیا و استقبال مجلات تراز اول رشته های علوم پزشکی در کنار مجلات برتر بازرگانی نشان دهنده دغدغه مشترک محققان در حوزه ای میان رشته ای و زایش خوشه های جدید علمی است. کسب بینش جامع در زمینه پژوهش های علمی به عنوان چراغ راه محققین آتی علی الخصوص در زمینه سلامت عمل کرده و صرف هزینه های تبلیغاتی که سهم قابل ملاحظه ای در بودجه سلامتی کشورها دارند را در کنار هزینه های تحقیقاتی به اثربخشی بیشتر نزدیک می کند.

کلمات کلیدی:

سلامت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2057854>

