

عنوان مقاله:

شیوه های تبلیغات در بازاریابی الکترونیک

محل انتشار:

اولین همایش ملی مهندسی مدیریت کسب و کار (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

ملیحه باقری دهنوی - کارشناس ارشد فناوری اطلاعات، گروه فناوری اطلاعات، دانشگاه قم، قم، ای

وحید قنبری - کارشناس ارشد فناوری اطلاعات، گروه فناوری اطلاعات، دانشگاه قم، قم، ای

خلاصه مقاله:

در حال حاضر صنعت تبلیغات یکی از اصلی ترین و موثرترین راه های افزایش میزان درآمد شرکت ها و سازمان ها به حساب می آید و به همین دلیل هم این صنعت از اهمیت بالایی برخوردار است. از سوی دیگر رشد فزاینده تکنولوژی بازاریابان را به سمت تکنولوژی های جدید الکترونیکی هدایت می کند تا در رسیدن به اهداف خود از این ابزار ها و تکنولوژی ها بهره گیرند. در این مقاله سعی شده است که راهکارهای نوین در رابطه با تبلیغات الکترونیکی از دیدگاه ابزارهای موجود از جمله اینترنت، موبایل، رادیو ها، تلویزیون های دیجیتال و کیوسک های تعاملی و ... مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد و روش های مناسب برای ارائه تبلیغات از طریق این ابزارها معرفی گردد.

کلمات کلیدی:

ابزارهای الکترونیک، بازاریابی الکترونیک، تبلیغات الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/206508>

