

عنوان مقاله:

ارائه الگویی برای آموزش توسعه بازار کودکان در ایران

محل انتشار:

مجله شیمی فیزیکی و الکتروشیمی، دوره 13، شماره 6 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

Bitā Niknezhad - دانشجوی دکتری گروه مدیریت بازرگانی - بازاریابی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

parviz saeidi - دانشیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

Amir Akhavanfar - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

مقدمه و هدف: هدف از اجرای این پژوهش ارائه الگویی برای آموزش توسعه بازار کودکان با رویکرد بازاریابی در ایران بوده است. که از نظر هدف کاربردی و از نظر روش پژوهش، از نوع کیفی، مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد بوده است. روش شناسی پژوهش: مصاحبه های عمیقی با ۱۸ نمونه، متشکل از خبرگان علمی حوزه های بازاریابی و خبرگان عملی، مدیران حوزه های بازار کودک صورت گرفت. نمونه گیری براساس روش گلوله برفی و جمع آوری داده ها تا مرز اشباع نظری ادامه یافت. همچنین تجزیه و تحلیل داده های پژوهش، همزمان با توجه به داده های به دست آمده از بخش مصاحبه، با کمک سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام پذیرفت. یافته ها: یافته های پژوهش نشان داد: آموزش کودک در خانواده و اجتماع و همچنین آموزش پرسنل و مدیران فعال در عرصه بازار کودک به عنوان شرایط زمینه ای در بازار کودکان موثر است. که در بعد اقتصادی سبب افزایش درآمد، رونق فضای کسب و کار و توسعه بازار کودک و در بعد اجتماعی سبب افزایش رضایت و ایجاد تصویر مطلوب، به عنوان پیامدهای این بازار می گردد بحث و نتیجه گیری: در نتیجه این پژوهش با به کارگیری روش داده بنیاد، یکی از مطالعات اولیه درباره بازار کودکان است. الگوی ارائه شده در این پژوهش می تواند به عنوان مبنایی برای توسعه آموزش بازار کودکان استفاده شود.

کلمات کلیدی:

آموزش، بازار کودکان، بازاریابی، نظریه داده بنیاد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2071976>

