

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر تقویت اثربخشی تبلیغات پیامکی مطالعه مروری

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

مجید اسماعیل پور - عضو هیئت علمی دانشگاه خلیج فارس بوشهر

فرزانه حسن زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش ارایه مدلی کاملی و جامع از عوامل تاثیرگذار بر تبلیغات پیامکی بوده که انجام صحیح و جامعه آن به صاحبان صنایع و فعالان بخش تبلیغات کمک شایان توجهی می کند با انجام صحیح این پژوهش گامی موثر در هدفمندی هزینه های انجام شده در این بخش برداشته خواهد شد با بررسی مقالات علمی با در نظر گرفتن طبقه بندی بر اساس انقلابهای صنعتی و علمی در دوره های مختلفی از سال 1970 تاکنون عوامل موثر در رشد دسته تقسیم شد که با توجه به مدل پیشنهادی پژوهش دارای زیرشاخصهایی بودند که در خورتوجه اند

کلمات کلیدی:

تبلیغات پیامکی، اثربخشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/221640>

