

## عنوان مقاله:

ارزیابی روش های مناسب بازاریابی اجتماعی درحوزه خدمات سلامت دردانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان فارس

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسنده:

مینا موسوی گورابی - کارشناس ارشدمدیریت بازرگانی - مدیرروابط عمومی دانشکده علوم توانبخشی شیراز

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش شناسایی روش های موثر بازار یابی اجتماعی در حوزه سلامت و رتبه بندی آن ها و در پایان ارائه پیشنهاد هایی در این زمینه است. از جمله مسائلی که در این پژوهش سعی شده تا مورد بررسی قرار گیرد این است که آیا روش های بازار یابیاجتماعی که از طریق انتقال پیام های غیر مستقیم عمل میکنند بهتر از سایر روش ها هستند؟ و آیا هنجار های اجتماعی بر انتخاب روش های بازاریابی اجتماعی موثر است یا خیر؟. برای یافتن پاسخ این پرسش ها سعی شده تا از روش های آماری بهره مند شویم . بدین منظور افراد واجد نظام سلامت در سطح شهر شیراز را به عنوان جامعه آماری انتخاب کرده ایم و سپس از نمونه گیری تصادفی برایانتخاب نمونه ها استفاده شده است . بر اساس نتایج به دست آمده تاثیر پیچیدگی ابزار ها و روش های بازار یابی اجتماعی بر پذیرش و به کار گیری آنها از سوی مردم و مدیران مورد تایید قرار نگرفته است و همچنین موفقیت و تاثیر پذیری از روش های بازاریابی را می توان با انتخاب صحیح آن ها با توجه به وضعیت و هنجار های جامعه تضمین کرد .

## کلمات کلیدی:

روشهای مناسب ، بازاریابی اجتماعی ، حوزه سلامت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/447122>

