

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر فرسایش استراتژی های تبلیغاتی با روش تاپسیس

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

مرتضی بیدآبادی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی ، دانشگاه آزاد واحد ملایر

بیدآبادی رحمتیان - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی ، دانشگاه آزاد واحد ملایر

خلاصه مقاله:

دنیای کنونی دنیای تبلیغات است که به طور مداوم از طریق رسانه ها در معرض چشمان مخاطب قرار می گیرد و وی را به سمت محصولات سوق می دهد اینکه چرا این ابزار حالت فرسایشی می گیرد و اهداف شرکت برآورده نمی شود هدف مطالعه حاضر است. جامعه تحقیق مصرف کنندگان لوازم خانگی استان همدان و تعداد نمونه با استفاده از جدول مورگان 89 نفر انتخاب شدند. در رتبه بندی عوامل با استفاده از تکنیک تاپسیس مشخص شد که عامل تبلیغات غیر واقعی و تملق آمیز بیشترین و عامل دید کوتاه مدت مدیران کمترین تاثیر را دارد

کلمات کلیدی:

فرسایش تبلیغات، استراتژیهای تبلیغاتی، روش تاپسیس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/492592>

