

## عنوان مقاله:

نقش تبلیغات در بازاریابی

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و فناوری اطلاعات و ارتباطات (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

زهرا صدقی ابر - موسسه آموزش عالی طبرستان چالوس

منوچهر مکی - موسسه آموزش عالی طبرستان چالوس

## خلاصه مقاله:

صنعت تبلیغات طیف گسترده ای از شرکت های تولیدی، مونتاژ، طراحی و نمونه سازی، چاپ، انبارداری، توزیع و نصب تجهیزات تبلیغ گری تا سایر حرفه های مربوط به تفریحات را در بر میگیرد. اصلاً مهم نیست که شرکت شما به چه میزان خدمات و یا محصولات خوبی ارائه میدهد اگر تبلیغ نکنید با هدف فروش خود فاصله بسیار زیادی خواهید داشت. در این تحقیق به بررسی نقش تبلیغ در بازاریابی پرداخته ایم، و روش گردآوری مجموعه علمی مروری می باشد و نتایج مطالعات نشان می دهد تبلیغات در عمل به عنوان بخشی از فرآیند بازاریابی عمل می کند و مستقل از آن نخواهد بود. تبلیغات پرهزینه ترین بخش در بازاریابی است و به همین دلیل از اهمیت ویژه ای برخوردار است. بازاریابی در واقع شامل بخش هایی کوچک تر مانند نحوه تبلیغات، شناخت مشتریان، پشتیبانی خدمات و محصولات و جذب رضایت مشتریان برای تشویق به همکاری مجدد با شما می شود

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، تبلیغات، فروش، مشتریان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/528474>

