

عنوان مقاله:

شناسایی اثربخش ترین الگوی بودجه بندی تبلیغات در صنایع دارویی ایران مطالعه موردی: شرکت های دارویی پذیرفته شده در بورس

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سید جعفر زنوزی - دکتری مدیریت بازرگانی و عضو هیئت علمی دانشگاه ارومیه

هانی زینالی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی. دانشگاه آزاد ارومیه

خلاصه مقاله:

اکثر شرکتهای صنایع دارویی با فرض این نکته که تبلیغات بر سودآوری شرکتها اثر مثبت و مستقیمی دارد، سالیانه میلیاردها دلار صرف هزینه تبلیغات می نمایند. و در اغلب موارد، از الگوی خاصی، جهت صرف هزینه تبلیغات، پیروی نمی کنند. در این مقاله از بین الگوهای رایج، الگوی تعیین بودجه بر مبنای درصدی از فروش، به عنوان اثربخش ترین رسانه در صنایع دارویی، شناسایی شد

کلمات کلیدی:

اثربخش، رسانه تبلیغاتی، صنایع دارویی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/528628>

