

عنوان مقاله:

ضرورت بازاریابی فروش کتاب و توسعه کتابخوانی شهروندان با بکارگیری مدل A.I.D.A در برنامه ریزی تبلیغات بازرگانی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مطالعات اجتماعی فرهنگی و پژوهش دینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

علی اکبر بنی اسدی

محمد بهرامی

خلاصه مقاله:

هدف اصلی پژوهش بررسی بررسی میزان تاثیر بکارگیری مدل A.I.D.A در برنامه های تبلیغات بازرگانی فروش کتاب و توسعه کتابخوانی می باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت گردآوری داده ها ، توصیفی پیمایشی است . به منظور بررسی فرضیه های تحقیق، پرسشنامه های محقق ساخته در اختیار 384 نفر از شهروندان شهر سمنان که به صورت غیراحتمالی در دسترس انتخاب شده بودند، قرار گرفت و این تعداد به پرسشنامه ها پاسخ دادند. اطلاعات پرسشنامه ها جمع آوری و در جداول مربوطه طبقه بندی شد و با استفاده از روش های آماری مناسب (توصیفی و استنباطی و با استفاده از آزمونهای کالموگراف اسمیرنوف و معادلات ساختاری)، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و نتایج حاصله حاکی از آن است که برنامه های تبلیغات بازرگانی فروش کتاب و توسعه کتابخوانی بر اساس مدل AIDA ، موجب جلب توجه ، ایجاد علاقه ، تحریک تمایل و موجب سوق دادن شهروندان به خرید کتاب می شود . در پایان با توجه به یافته ها ، پیشنهاداتی بیان شده است.

کلمات کلیدی:

تبلیغات بازرگانی ، مدل AIDA ، فروش کتاب ، کتاب خوانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/643632>

