

عنوان مقاله:

هدفمندی تبلیغات آنلاین در تجارت الکترونیک

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی تحقیقات دانش بنیان در مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمدرسلول صیادمعروف - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات تجارت الکترونیک، موسسه غیرانتفاعی غیردولتی
مهرآستان، گیلان

عباس محمودآبادی - عضو هیئت علمی موسسه غیرانتفاعی مهرآستان، گیلان

خلاصه مقاله:

امروزه اینترنت، کانال با اهمیتی در بازاریابی و تبلیغات است. دلیل این امر می تواند توانایی اینترنت در کاهش هزینه ها و دسترسی آسان افراد به خدمات برخط باشد. همچنین تبلیغ کنندگان می توانند به آسانی به انبوهی از کاربران دسترسی پیدا کنند و با هزینه پایین با آن ها ارتباط برقرار نمایند. در این میان، اگرچه اینترنت، رسانه کارایی برای تبلیغات فراهم نموده است، اما افراد به دنبال حداکثر نمودن سود خود در این مقوله می باشند. این مقاله قصد با مرور مقالات گذشته و وضعیت موجود دنیای آنلاین و همچنین طرح چالش های پیش رو صنعت تبلیغات با بررسی پژوهش های موجود و تحقیقاتی که در مراکز علمی- پژوهشی و دانشگاهی ایران و جهان صورت گرفته به تحلیل تبلیغات آنلاین پرداخته و گرایش به سمت تبلیغاتی آنلاین با پتانسیل موجود بازار را ارایه نماید.

کلمات کلیدی:

تبلیغات، تبلیغات هوشمند، تبلیغات هدفمند، تبلیغات الکترونیک، آگاهی بخشی، اثربخشی تبلیغات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/670788>

