

## عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر در پذیرش بازاریابی موبایلی

## محل انتشار:

دومین همایش بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

زهرا مریدی - گروه مدیریت فناوری اطلاعات، واحد بین الملل قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران

احسان ساده - گروه مدیریت، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه با توجه به پیشرفت تکنولوژی و تلفن همراه اهمیت بازاریابی موبایل روز به روز افزایش می یابد. لذا شناسایی و بررسی عوامل موثر بر پذیرش بازاریابی و تبلیغات توسط موبایل و اثرات آن بر جامعه لازم و ضروری به نظر میرسد. در این پژوهش به بررسی تحقیقات انجام شده تا به امروز پرداخته شده است. همچنین عوامل موثر بر پذیرش بازاریابی توسط موبایل از دیدگاه همه محققین بیان شده است. بنابراین اینطور نتیجه گیری میشود که عوامل متعددی بر پذیرش بازاریابی موبایلی تاثیر گذار است که از جمله آنها می توان به ادراک فردی، نگرشها، عوامل جمعیتی، نفوذ اجتماعی و دلبستگیهای شخصی اشاره کرد. اینطور به نظر میرسد که متغیرهای جمعیتشناختی و نفوذ اجتماعی جزء مهمترین عوامل در پذیرش تبلیغات و بازاریابی موبایلی میباشد.

## کلمات کلیدی:

تجارت سیار، بازاریابی موبایلی، پذیرش بازاریابی موبایلی، تکنولوژی تلفن همراه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/715707>

