

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر روند تغییر نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار درک شده و تبلیغات در بازاریابی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره 3، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

علیرضا جباری رودی - استاد دانشگاه پیام نور مشهد- رشته مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

بسیاری از سازمانها و شرکتهای به این نکته مهم پی برده اند که ارائه خدماتی دارای کیفیت، می تواند مزیت رقابتی نیرومندی برای آنان به ارمغان آورد مزیتی که بر انجام سود بالاتر می انجامد و برای رسیدن به این امر مهم کافی است و به انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات ارائه شده پاسخی مناسب داده شود و یا اینکه از آن پیشی گرفته شود. بخش زیادی از وظیفه مدیر بازاریابی، کنترل و تجزیه و تحلیل نیازها و خواسته های مشتری و فرصت ها و تهدیدهای به وجود آمده ناشی از فعالیت های رقبا و تغییرات رخ داده در محیط بیرونی است. با توجه به ضرورت بازاریابی پس از تحریم در این پژوهش به بررسی روند تغییر در رفتار خرید مصرف کننده به واسطه بازاریابی خواهیم پرداخت.

کلمات کلیدی:

تغییر نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار درک شده، تبلیغات، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/721431>

