

عنوان مقاله:

بررسی مولفه های توزیع و ترفیع از عناصر آمیخته بازاریابی درکالاهای تولیدی هنرستان های فنی و حرفه ای شهر اصفهان

محل انتشار:

اولین همایش ملی رویکردهای نوین در حسابداری و مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 1

نویسندگان:

مهناز طوقانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

مجتبی شاهنوشی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

محمود رفیعی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی مولفه های ترفیع و توزیع از عناصر آمیخته بازاریابی درکالاهای تولیدی هنرستان های فنی و حرفه ای شهر اصفهان به روش توصیفی-پیمایشی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه افرادی است که به نحوی از کالاهای تولیدی هنرستان های فنی و حرفه ای شهر اصفهان استفاده می کنند که تعداد آن ها 340 نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران تعداد 180 نفر برآورد گردید و از روش نمونه گیری احتمالی طبقه ای متناسب با حجم استفاده شد. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه ای دو قسمتی شامل اطلاعات جمعیت شناختی و 37 گویه های بر اساس طیف لیکرت (تلفیقی محقق ساخته و استاندارد) برای ارزیابی متغیرهای پژوهش بود که روایی آن به دو روش صوری و محتوایی و پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ با پایایی کلی 0/907 تایید گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از دو سطح آمار توصیفی (جدول فراوانی، درصد، میانگین و نمودار) و آمار استنباطی (تحلیل آتک نمونه ای و دو نمونه ای و واریانس و ضریب همبستگی) و با استفاده از نرم افزار SPSS18 استفاده شد. نتایج حاصل از بررسی فرضیه های پژوهش نشان داد وضعیت مولفه های توزیع و ترفیع در مورد کالاهای تولیدی هنرستانهای فنی و حرفه ای شهر اصفهان از دیدگاه استفاده کنندگان مناسب است.

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، محصول، قیمت، توزیع، ترفیع، تولیدات هنرستانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/726018>

