

عنوان مقاله:

بررسی نقش تبلیغات جهانی در توسعه اقتصادی ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس علمی پژوهشی دستاوردهای نوین در مطالعات علوم مدیریت، حسابداری و اقتصاد ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

علی ثنائی مهر - دانشجوی مقطع دکترای علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اردبیل، ایران

هادی خانیکی - دانشیار دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، ایران

خلاصه مقاله:

تبلیغات جهانی به عنوان یک پدیده ارتباطی و بازاریابی تاثیر مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشور ها دارد این پدیده قادر است بازارهای جهانی و تجارت بیپ الملل را توسعه بخشد و با اتخاذ استراتژی هایی متفاوت محصولات و خدمات یک کشور را به جهان معرفی و ارایه نماید در واقع تبلیغات جهانی زمینه تحرکات اقتصادی و مالی را فراهم می کند، پس نقش بسزایی در رشد صنعت و اقتصاد و گردشگری کشور دارد از طرفی تبلیغات بعنوان یک صنعت با توجه به فعالیت ها و مشاغلی که درگیر می کند نقش بسزایی در ایجاد اشتغال و رفع بیکاری داشته و نیز با گردش مالی که صورت می دهد باعث افزایش درآمدهای دولتی می گردد این موارد در کنار سایر ویژگی های تبلیغات باعث شده است تا بتوان از آن به عنوان یکی از عواملی مهم در توسعه اقتصادی نام برد با توجه به اهمیت این موضوع، پرسش اصلی که مطرح می شود این است که نقش تبلیغات جهانی در رشد و توسعه اقتصادی کشور چیست و ابعاد ماوثر تبلیغات جهانی در توسعه تجارت و گردشگری در کشور چه می باشد نتایج بدست آمده حکایت از آن دارد که کشورهای توسعه یافته بیشتر به مقوله تبلیغاتپرداخته و سهم هزینه ای بیشتری به آن اختصاص می دهند و علاوه بر اینکه از مزایای اقتصادی حضور در بازارهای جهانی استفاده می کنند به رشد و توسعه اقتصادی خود سرعت می بخشند بنابراین تجار و صاحبان کالا و خدمات ایرانی برای حضور در بازارهای جهانی بایستی بتوانند از قابلیت های ارتباطات و فعالیت هدفمند و گسترده در امور تبلیغات و اطلاعرسانی استفاده کنند طبیعی است اگر از تبلیغ و اطلاع رسانی برای معرفی خود استفاده نکنند، جای پای لازم را در جهان و در منطقه پیدا نخواهند کرد پس در کنار سایر اقدامات و برنامه ریزی ها بایستی از طریق تبلیغات حرفه ای و هدفمند جهانی ضمن حفظ جایگاه قبلی خود در بعضی محصولات نظیر فر، پسته، زعفران و قادر باشند با گسترش تجارتخارجی، حضور در بازارهای کشورهای مختلف، جذب توریسم و گردشگری و زمینه رشد و توسعه اقتصادی کشور را فراهم کند

کلمات کلیدی:

توسعه اقتصادی، بازار جهانی، جهانی شدن، ارتباطات، تبلیغات جهانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/799903>

