

عنوان مقاله:

بازی های تبلیغی و ویژگی های اثربخش آن

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

مونا جامی پور - استادیار گروه آموزشی مدیریت دانشکده علوم انسانی دانشگاه حضر معصومه (س) قم ایران

حسن معینی - استادیار گروه آموزشی مدیریت دانشکده علوم انسانی دانشگاه حضر معصومه (س) قم ایران

زهره کاظمی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه حضرت معصومه (س) قم ایران

خلاصه مقاله:

در عصر حاضر با پیشرفت تکنولوژی و بستر اینترنت، شرایط کسب و کارها تحت تاثیر آن تغییر یافته است. اینترنت به طور گسترده به عنوان یک سلاح استراتژیک توسط کسب و کارها برای رسیدن به گروه هدفشان استفاده می شود، زیرا اینترنت در مقایسه با دیگر رسانه ها تاثیر گذارتر می باشد. اخیرا بازی ها علاوه بر سرگرمی نوع مهمی از ابزار تبلیغاتی محسوب می شوند، که به عنوان روش های نوین در تبلیغات دیجیتال گسترش یافته اند. این گسترش توجه بازار پایان را به خود جلب کرده و به آنها برای انتقال پیام تبلیغاتی به مصرف کننده کمک می کند. به عبارتی با رشد و توسعه اینترنت، شاهد افزایش قدرت نفوذ بازی های تبلیغی در بین کاربران هستیم هدف از این پژوهش بیان اثربخشی بازی های تبلیغی به عنوان یک روش نوین در تبلیغات است. نتایج مطالعات به این موضوع اشاره می کند که بازی های تبلیغی یک کانال موثر ارتباطی برای شرکت های تجاری و کسب و کار است و می تواند در ایجاد آگاهی از برند کمک کند. همچنین این نوع بازی ها در مقایسه با روش های دیگر تبلیغات هزینه های کمتری دارند و به راحتی قابل فهم هستند.

کلمات کلیدی:

بازی های تبلیغی، بازی، جایگذاری محصول

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/836443>

