

## عنوان مقاله:

بررسی و رتبه بندی تکنیکهای بیلورد و مبلمان خیابانی در تبلیغات محیطی

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

یوسف شکیبان - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

محمد رضا جابرانصاری - استادیار گروه مدیریت، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی و رتبه بندی تکنیکهای بیلورد و مبلمان خیابانی در تبلیغات محیطی شهرستان خرم آباد بوده است. قلمرو مکانی این تحقیق کانونهای تبلیغات شهرستان خرم آباد میباشد و قلمرو زمانی تحقیق حاضر سال 1397 میباشد. در این تحقیق، تکنیک اصلی بیلورد را از 9 تکنیک فرعی (تابلوهایی بزرگ، استرابورد، عرشه پل، لمپوست، لایت باکس- تابلو برد، تابلوهایی دیجیتال، نقاشی دیواری، تابلوهایی سر درب و پوسترهایی چاپی لارج فرمت) مورد بررسی قرار میدهیم، همچنین تکنیک اصلی مبلمان خیابانی را از 5 تکنیک فرعی (ایستگاه ها، المانهای پارکی، المانهای ترافیکی و کیوسکها، المانهای محیطی و عناصر سازه ای) مورد بررسی قرار داده ایم. روش تحقیق حاضر از لحاظ هدف اجراء در زمره تحقیقات کاربردی قرار داشته و از نظر زمان اجراء تحقیقی مقطعی محسوب میگردد. همچنین روش تحقیق از جهت نحوه اجراء توصیفی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه ی خبرگان و متخصصین، مدیران و کارکنان کانونهای تبلیغاتی شهرستان خرم آباد که برابر با 122 نفر میباشد و نمونه آماری که با توجه به روش نمونه گیری کوکران انجام گرفته است که تعداد 93 نفر بوده است. در ضمن روش نمونه گیری نیز تصادفی ساده میباشد. در این تحقیق برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است و در انجام آن از تکنیکهای آماری توصیفی و استنباطی (میانگین رتبهایی، آزمون آماری فریدمن، آماره کای اسکور) استفاده میشود. نتایج تحقیق نشان میدهد، در رتبه بندی تکنیک اصلی بیلورد تکنیک فرعی تابلوهایی بزرگ با میانگین رتبهایی 7,80 دارای اولویت و رتبه اول و تکنیک فرعی نقاشی دیواری با میانگین رتبه ای 3,00 دارای اولویت و رتبه آخر میباشد. همچنین در رتبه بندی تکنیک اصلی مبلمان خیابانی تکنیک فرعی ایستگاه ها با میانگین رتبه ای 3,62 دارای اولویت و رتبه اول و تکنیک فرعی عناصر سازهایی با میانگین رتبهایی 2,18 دارای اولویت و رتبه آخر میباشد.

## کلمات کلیدی:

بیلورد، مبلمان خیابانی، تبلیغات محیطی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915201>

