

عنوان مقاله:

بررسی میزان و گستردگی تبلیغات اینترنتی مراکز تجاری و صنعتی واقع در منطقه آزاد تجاری صنعتی ارس و تاثیر آن در میزان فروش محصولات

محل انتشار:

کنفرانس مدیریت بازرگانی نوین کسب و کار و بازاریابی با رویکرد رونق تولید ملی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

محمدحسن حدادی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین المللی جلفا، جلفا، آذربایجان شرقی

بهناز درویش محمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین المللی جلفا، جلفا، ایران

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر بررسی میزان و گستردگی تبلیغات اینترنتی مراکز تجاری - صنعتی واقع در منطقه آزاد تجاری - صنعتی ارس و تاثیر آن در میزان فروش محصولات می باشد. تحقیق از لحاظ روش از نوع توصیفی، از لحاظ روش جمع آوری داده از نوع میدانی، از لحاظ هدف، از نوع مطالعات کاربردی می باشد. جامعه آماری مورد مطالعه، شامل کلیه مشتریان مراکز منطقه آزاد تجاری- صنعتی ارس می باشند که با توجه به نامشخص بودن و بالا بودن تعداد نمونه آماری جامعه آماری نا محدود در نظر گرفته میشود. روش نمونه گیری در این تحقیق، روش نمونه گیری تصادفی در دسترس و با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران تعداد نمونه آماری 384 نفر تعیین شد. نتایج آزمون فرضیات نشان میدهد که میزان و گستردگی تبلیغات اینترنتی در مراکز تجاری و صنعتی منطقه آزاد تجاری - صنعتی ارس در حد مطلوب و بالایی قرار دارد و نیز تبلیغات اینترنتی بر آگاهی مشتریان، ایجاد علاقه در مشتریان، ایجاد تمایل مشتریان به خرید و تصمیم به خرید و نهایت افزایش فروش تاثیر مثبت دارد.

کلمات کلیدی:

تبلیغات اینترنتی، آگاهی مشتریان، ایجاد علاقه در مشتریان، ایجاد تمایل مشتریان به خرید، تصمیم به خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986705>

