

عنوان مقاله:

رابطه ی بازاریابی دیجیتال و موفقیت عملکرد تجاری کارآفرینان جوان (مورد مطالعه: صنایع فوم جنوب شرق تهران)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پیشرفت های اخیر در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

ساسان پوررضیاء - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

معصومه جعفری - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق

خلاصه مقاله:

امروزه با اجرای بازاریابی دیجیتالی، یک تجارت در استفاده از شبکه های اجتماعی ارائه شده توسط اینترنت به نقطه ی بهینه میرسد. هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه ی بازاریابی دیجیتال و موفقیت کارآفرینان جوان است. جامعه آماری در تحقیق حاضر عبارتست از کلیه مالکان کارخانه های فعال فوم جنوب شرق تهران که به 34 نفر بالغ میگردد. از آنجا که جامعه آماری کوچک است، از نمونه گیری صرف نظر شده و جامعه ی آماری سرشماری شده است. ابزار گردآوری داده ها یک پرسشنامه محقق ساخته شامل 17 سوال و مبتنی بر طیف لیکرت 5 سطحی بوده است که به روشهای علمی معتبر روایی و پایایی آن احراز شده است. تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد دانش مربوط به عملکرد بازاریابی دیجیتال با اجرای بازاریابی دیجیتال و عملکرد تجاری رابطه ی مثبت دارد. در عین حال فراوانی فعالیت آنلاین با عملکرد تجاری رابطه مثبت دارد. همین گونه تایید شد که نوع عملکرد بازاریابی دیجیتال به طور مثبتی با پیاده سازی بازاریابی دیجیتال ارتباط دارد. نوع کارکرد بازاریابی دیجیتال و استقرار بازاریابی دیجیتال نیز رابطه ی مثبتی با عملکرد تجاری دارد

کلمات کلیدی:

بازاریابی دیجیتال، کارآفرینی دیجیتال، عملکرد تجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1038018>

