

## عنوان مقاله:

بررسی ابزار تبلیغاتی تلفن همراه در اجزا مدل آیدا

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مدیریت و اقتصاد جهانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

کیخسرو گره - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

محمود نعمتیان - استادیار، گروه مدیریت، واحد امیدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران

## خلاصه مقاله:

تبلیغات اثربخش از ابزارهای بازاریابی است، که در صورت اجرای موفق و موثر می تواند کارآفرینانه باشد و منجر به نایل شدن اهداف سازمان شود. برای این منظور و با توجه به گسترش ابزارهای الکترونیکی شرایط استفاده کارآمد از این گونه ابزار مستلزم شناسایی و تعریف ابعاد گوناگون آن در قالب مدل هایمورد مطالعه پژوهشی است. این پژوهش نیز به دنبال بررسی ابزارارتباطی تلفن همراه در اجزا مدل آیدا است. تحقیق حاضر با مقایسه و رتبه بندی ابزار تبلیغات الکترونیکی تاثیر پذیری از اجزا مدل آیدا در 90 نفر از افراد فعال در واحدهای کسب و کار عمده فروش در شهرستان امیدیه بررسی و راه کار مناسب را ارائه می نماید. وزن دهی عناصر تحقق با روش تحلیل سلسله مراتبی به کمک نرم افزار اکسپرس چویز نگارش 11 انجام شد. در ادامه به حساسیت سنجی معیارها و شاخص ها برای چهار معیار توجه، علاقه تحریک و اقدام، یازده شاخص با میزان ناسازگاری کلی مدل برابر با 0/03 تعیین شد که نشان دهنده سازگاری مناسب تصمیمات انجام شده است.

## کلمات کلیدی:

مدل آیدا، ابزارارتباطی تلفن همراه، روش تحلیل سلسله مراتبی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/631405>

