

عنوان مقاله:

تبیین استراتژی های تبلیغات سیاسی داوطلبان انتخابات ریاست جمهوری

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره 9، شماره 33 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

علیرضا فضل زاده - دانشگاه تبریز

محمد رضا انبیایی - دانشگاه تبریز

محمد علی متفکر آزاد - دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

با توجه به اهمیت نقش بازاریابی سیاسی در موفقیت کاندیداهای انتخاباتی و فرآیند جلب و جذب آراء، بدیهی است ضرورت وجود پژوهشی جامع در این خصوص که ضمن معرفی استراتژی و ابزارهای بازاریابی سیاسی، میزان تاثیر هر یک و رتبه بندی ابزارها را بیان کند، بسیار مهم و ضروری است. در این پژوهش تلاش شده است ضمن تکیه بر اصول بازاریابی، جایگاه استراتژی های سنتی و نوین در بازاریابی سیاسی از منظر نخبگان بررسی شود. در این راستا، پرسشنامه ای طراحی شد و 388 عدد بین نخبگان (اقتصاددانان، سیاسیون و حلقه های نظامی) ایران توزیع شد. سپس داده ها به روش معادلات ساختاری مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان می دهد که ابزارهای تبلیغات سیاسی بر نگرش ها و انتظارات نخبگان تاثیر مثبت معناداری دارد؛ همچنین نگرش ها و انتظارات بر فرآیند تصمیم گیری نخبگان نیز تاثیر مثبت معناداری دارد؛ ابزارهای تبلیغات سیاسی از طریق نگرش ها و انتظارات به عنوان متغیرهای میانجی بر فرآیند تصمیم گیری نخبگان تاثیر معناداری دارد. به علاوه، عوامل مرتبط و تعیین کننده فرآیند تصمیم گیری نخبگان برحسب اولویت عبارت انداز: ابزارهای تبلیغات سیاسی، ابزارهای تبلیغات سیاسی از مسیر انتظارات، ابزارهای تبلیغات سیاسی از مسیر نگرش ها، انتظارات و نگرش ها.

کلمات کلیدی:

بازاریابی سیاسی، تصمیم گیری نخبگان، استراتژی های بازاریابی سیاسی، ابزارهای سنتی بازاریابی سیاسی، ابزارهای نوین بازاریابی سیاسی، انتظارات، نگرش ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/916475>

