

بررسی و مطالعه مفهوم تبلیغات و مدل اثربخشی آن

سید محمدرضا حسینی علی آباد، نیوشا دقیقی ماسوله، سید فخرالدین طاهرزاده موسویان،

مزدک فرهادی نیا، کتایون شهپیری، محسن عزیزی

چکیده

تبلیغات در لغت به معنای رساندن یک پیام از شخصی به شخص دیگر می‌باشد و از لحاظ تکنیکی عبارت است از هر نوع ارتباطات غیر شخصی در مورد یک سازمان کالا خدمت و یا ایده که یک کارفرمای مشخص برای عبور آن از یک رسانه جمعی و به منظور رسیدن آن به جمع وسیعی از مخاطبان پول پرداخته است. شما برای معرفی سازمان یا گروه تجاری خود در راستای فروش کالا یا خدماتی که ارائه می‌دهید، نیاز به ابزاری دارید که این کار را به خوبی برای شما انجام دهد؛ این ابزار که انواع مختلفی دارد و در حقیقت از طریق ارتباطات کار بازاریابی را برای شما انجام می‌دهد تبلیغ یا تبلیغات نام دارد. در این مقاله ضمن بررسی جامع در خصوص تبلیغات، مفهوم و انواع تبلیغات، مدل اثربخشی تبلیغات نیز بدان اشاره گردیده است.

واژگان کلیدی: تبلیغات، بازاریابی، برند