

فرمت بارگذاری اطلاعات مربوط به طرح های پژوهشی و پایان نامه ها در وب سایت شرکت

۱- عنوان طرح پژوهشی / پایان نامه برند شخصی حوزه خدمات آموزشی در شبکه های اجتماعی

۲- تهیه کننده: مرتضی افشاری

۳- تاریخ تحویل پروژه/ تایید پایان نامه: ۱۴۰۱/۱۱/۱۰

۱- **چکیده:** این تحقیق ارائه الگوی برندینگ شخصی در شبکه های اجتماعی به منظور تاثیر بر نگرش مصرف کنندگان می باشد. این پژوهش از نظر هدف، بنیادی با رویکرد کاربردی است. از نظر ماهیت نیز در روشهای آمیخته (اکتشافی-توصیفی)، قرار میگیرد. داده های تحقیق از طریق سوالات پنج گزینه ای لیکرت موجود در پرسشنامه تحقیق جمع آوری شده است. در پژوهش حاضر به منظور تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه، متناسب با نیاز آماری از نرم افزار آماری SPSS.V24 و از نرم افزار معادلات ساختاری pls.V3 در قالب دو بخش آمار توصیفی و استنباطی بصورت رگرسیون خطی و چندگانه استفاده گردیده است. جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش کیفی شامل اساتید و خبرگان در رشته های بازاریابی و متخصص در حوزه شبکه های اجتماعی است. نمونه آماری در بخش کیفی بر اساس تکنیک گلوله برفی تا حدی جلو خواهد رفت تا داده ها به مرز اشباع برسد. نتایج پژوهش نشان داد که شرایط علی پژوهش بر برند شخصی در مشتریان (۰/۵۹۹) برند شخصی بر راهبردهای پژوهش در مشتریان (۰/۲۴۱) عوامل مداخله ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مشتریان (۰/۷۲۹) عوامل زمینه ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مشتریان (۰/۳۳۱) راهبردهای پژوهش بر پیامدهای پژوهش در مشتریان (۰/۶۲۷) پیامدهای پژوهش بر نگرش مشتریان (۰/۷۸۳) در بین فالورهای اینستاگرامی پوریا مظفریان تاثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی: برندینگ شخصی، شبکه های اجتماعی، آموزش، بازاریابی