

جهت خرید این پروژه و سایر پروژه های آماری  
به یکی از سایت های زیر مراجعه کنید.  
[www.9125879258.ir](http://www.9125879258.ir) یا [www.9375883058.ir](http://www.9375883058.ir)  
قیمت این پروژه ۱۰/۰۰۰ تومان می باشد.  
شماره پشتیبانی: ۵۸۷۹۲۵۸-۰۹۱۲

با خرید این پروژه می توانید این قسمت های این پروژه را حذف شده است  
این فایل بصورت نمونه می باشد  
دوامی توانید دانلود کنید  
شماره پشتیبانی: ۵۸۷۹۲۵۸-۰۹۱۲-غلامی

# تأثیر تبلیغات در جلب مشتری و فروش کالا

این فایل بصورت نمونه می باشد  
با خرید این پروژه پروژه های این حلقه شدت است  
دامی توانید دانلود کنید  
پستیانی: ۵۷۱۷۹۲۵۸ - ۹۱۲ - غلامی

## فهرست

فهرست	۳
مقدمه	۵
هدف از انجام پروژه	۷
جامعه ی آماری	۷
نوع داده ها	۷
روش جمع آوری داده ها	۸
چگونگی انجام پروژه	۸
داده ها	۹
جدول فراوانی	۱۱
نمودارها	۱۲
نمودار مستطیلی	۱۳
نمودارهای چندبر فراوانی	۱۴
نمودارهای میله ای	۱۸
نمودارهای دایره ای	۲۲
نمودار ساقه و برگ	۲۶
نمودار جعبه ای	۲۷
شاخص های مرکزی	۲۸
میانگین	۲۸
میانه	۲۸

۲۹	مُد.....
۳۰	شخص های پراکندگی.....
۳۰	دامنه تغییرات.....
۳۰	واریانس.....
۳۱	انحراف معیار.....
۳۱	ضریب تغییرات.....
۳۲	نتیجه گیری.....
۳۳	پیوست.....

این فایل بصورت نمونه می باشد  
 برای دریافت این پروژه حتماً باید  
 ضریب تغییرات و دامنه تغییرات را  
 در این پروژه وارد و قابل ویرایش  
 نمایید. دامنه تغییرات را در این پروژه  
 ۵۸۱۷۹۲۵۸ - ۹۱۲ - غلامی

## مقدمه

یکی از روشهای شناساندن و معرفی کالا یا محصول به مصرف کننده نهایی، اطلاع رسانی از طریق تبلیغات می باشد. در صورتی که تبلیغات درست و بجا باشد می تواند موجب رونق تجارت و افزایش سطح کیفی کالا نیز باشد

امروزه تبلیغات یکی از پر قدرت ترین ابزارهای مدیریتی در بازاریابی است و هنوز هم هستند شرکت هایی که سرمایه گذاری قابل توجهی در این زمینه انجام می دهند. در واقع تبلیغات وسیله ای است جهت تسریع در حرکت کالا از نقطه تولید به مصرف.



همچنان که جوامع اولیه با ایجاد علائم و نشانه هایی سعی در برقراری ارتباط با یکدیگر داشته اند، بدیهی است جوامع امروزی نیز نیازمند برقراری ارتباط با یکدیگر به شیوه نوین خود هستند. منظور از ارتباط، القا و ابراز عقاید و نظرات و به بیان دیگر جهت دهی به شیوه تفکر سایرین است. وقتی این ارتباط به صورت جمعی باشد تبلیغات شکل گرفته است. زمانی که این فعالیت شکل دهی و تأثیر بر افکار جمعی به وسیله سازمانهای اقتصادی و بازرگانی صورت پذیرد، تبلیغات مادی است که بر روند فروش و ارائه خدمات تأثیرگذار می باشد. و به واقع نوعی تشویق مردم یا مخاطب به مصرف.

تبلیغات در صورتی که به صورت مکرر و هدفمند باشد باعث ایجاد میل به خرید یا استفاده از خدمات قابل ارائه می شود. حتی گاهی افراد آنقدر در معرض تبلیغات خاصی قرار می گیرند که تلاش میکنند سطح زندگی و درآمدی خود را بالا ببرند.

نتیجه مسلم تبلیغات موثر، ازدیاد فروش و ارائه خدمات بیشتر به مخاطبین می باشد. و این امر خود باعث بزرگتر شدن موسسات تولیدی و بازرگانی (خدماتی) می گردد که برای اداره امور خود به متخصصین نیاز دارند.



تبلیغات بر اساس هدف به سه دسته تقسیم می شود:

- تبلیغات اطلاعی: که اصولاً در مراحل اولیه تولید و ورود به بازار به کار میرود، و هدف شناخت تقاضای اولیه است.
- تبلیغات ترغیب کننده: این نوع تبلیغ زمانی کاربرد دارد که هدف از تبلیغات و اطلاع رسانی مقایسه باشد بین عملکرد دو یا چند کالا (رقابت موثر نام دیگر این تبلیغ است)
- تبلیغات یادآوری: مصرف کننده را وادار به تفکر در مورد کالا یا خدمات می نماید، به نوعی ایجاد تصویر ذهنی ثابت در ذهن مخاطب.

## هدف از انجام پروژه

هدف از انجام این پروژه بررسی نقش تبلیغات برای جلب مشتری و فروش کالا است.

## جامعه ی آماری

جامعه ی آماری این پروژه شامل تمامی افرادی است که به طور روزانه در معرض تبلیغات قرار می گیرند که از میان آنها ۴۰ نفر به طور تصادفی انتخاب شده اند.

## نوع داده ها

داده های مورد بررسی در این پروژه، از نوع کمی پیوسته، کیفی ترتیبی و کیفی اسمی هستند.

- داده های مربوط به سوال ۱ : کمی پیوسته
- داده های مربوط به سوالات ۲ و ۳ : کیفی اسمی
- داده های مربوط به سوال ۴ : کیفی ترتیبی

## روش جمع آوری داده ها

برای جمع آوری داده های پروژه از پرسشنامه استفاده شد. نمونه ی پرسشنامه ی مورد استفاده در انتهای پروژه پیوست شده است.

### چگونگی انجام پروژه

ابتدا پرسشنامه ها در میان ۴۰ نفر از مردم شهر به تصادف تقسیم گردید. پس از جمع آوری پرسشنامه ها، داده ها دسته بندی گردید و نمودارها رسم گردید. در پایان نتیجه گیری و تحلیل انجام شد.



## داده ها

داده های مربوط به سوال ۱:

(به طور متوسط روزانه چند دقیقه در معرض انواع تبلیغات قرار می گیرید؟)

داده های مربوط به سوال ۲:

(کدام یک از انواع تبلیغات بیشتر توجه شما را جلب می کند؟)

درصد	فراوانی	نوع تبلیغ
		تبلیغات تلویزیونی
		تبلیغات از طریق شبکه های اجتماعی
		تبلیغات روی بدنه ماشین ها
		تبلیغات بنرها و بیلборدهای سطح شهر

داده های مربوط به سوال ۳:

(چه نوع تبلیغی برای شما جذاب تر است؟)

درصد	فراوانی	جذابیت تبلیغ
		ساده
		حاوی انیمیشن
		حاوی رنگ های شاد
		تبلیغات اغراق آمیز

داده های مربوط به سوال ۴:

(به نظر شما تبلیغات تا چه حدی در فروش کالا

تاثیر تبلیغات بر فروش کالای بی کیفیت
خیلی زیاد
زیاد
تا حدودی
بی تاثیر

## جدول فراوانی

$$R = b - a = 25 - 1 = 24$$

تعداد دسته ها را ۴ دسته در نظر می گیریم.

$$c = \frac{R}{k} = \frac{24}{4} = 6$$

بنابراین طول دسته ها برابر با ۶ است.

دسته ها	مرکز دسته	فراوانی مطلق	فراوانی تجمعی	فراوانی نسبی	درصد فراوانی نسبی
[ )				۱۲	
				۴۰	
جمع		۴۰		۱	۱۰۰

# نمودارها

## نمودار مستطیلی

نمودار مستطیلی مربوط به داده های سوال ۱



## نمودارهای چندبر فراوانی

نمودار چندبر فراوانی مربوط به داده های سوال ۱



نمودار چندبر فراوانی مربوط به داده های سوال ۲

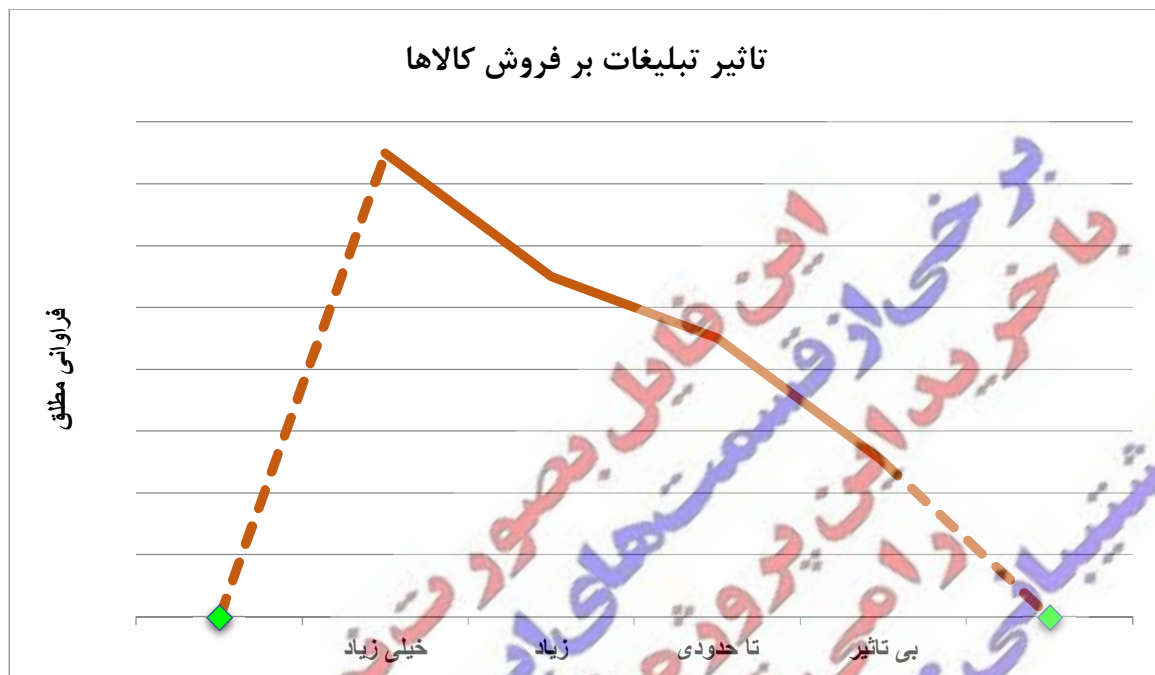


نمودار چندبر فراوانی مربوط به داده های سوال ۳





نمودار چندبر فراوانی مربوط به داده های سوال ۴

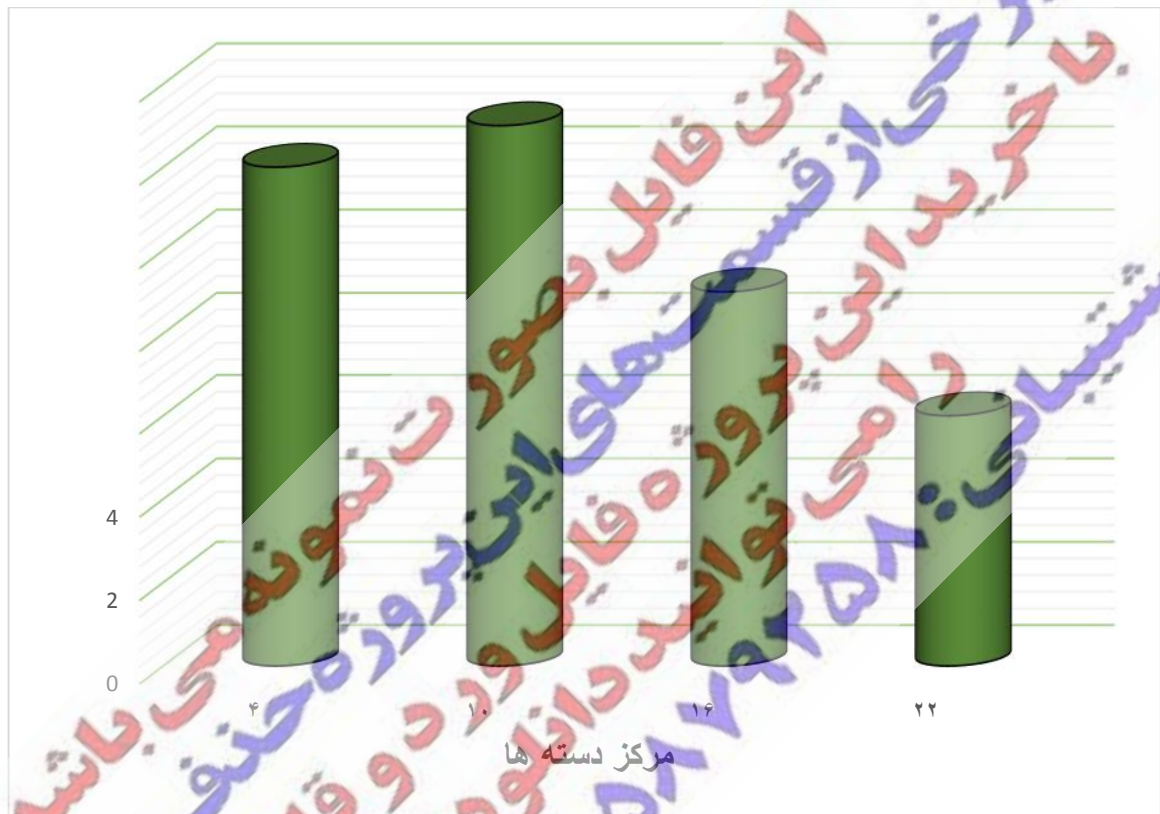


با خرید این پرونده قابل حصول نتیجه می باشد  
در خرید این پرونده قابل حصول نتیجه می باشد  
تیمیابی: ۵۸۱۷۹۲۵۸ - ۹۱۲ - غلامی

## نمودارهای میله ای

نمودار میله ای داده های سوال ۱

به طور متوسط روزانه چند دقیقه در معرض انواع تبلیغات قرار می گیرید ؟



## نمودار میله ای داده های سوال ۲

کدام یک از تبلیغات زیر بیشتر توجه شما را جلب می کند؟



### نمودار میله ای داده های سوال ۳

چه نوع تبلیغی برای شما جذاب تر است؟



## نمودار میله ای داده های سوال ۴

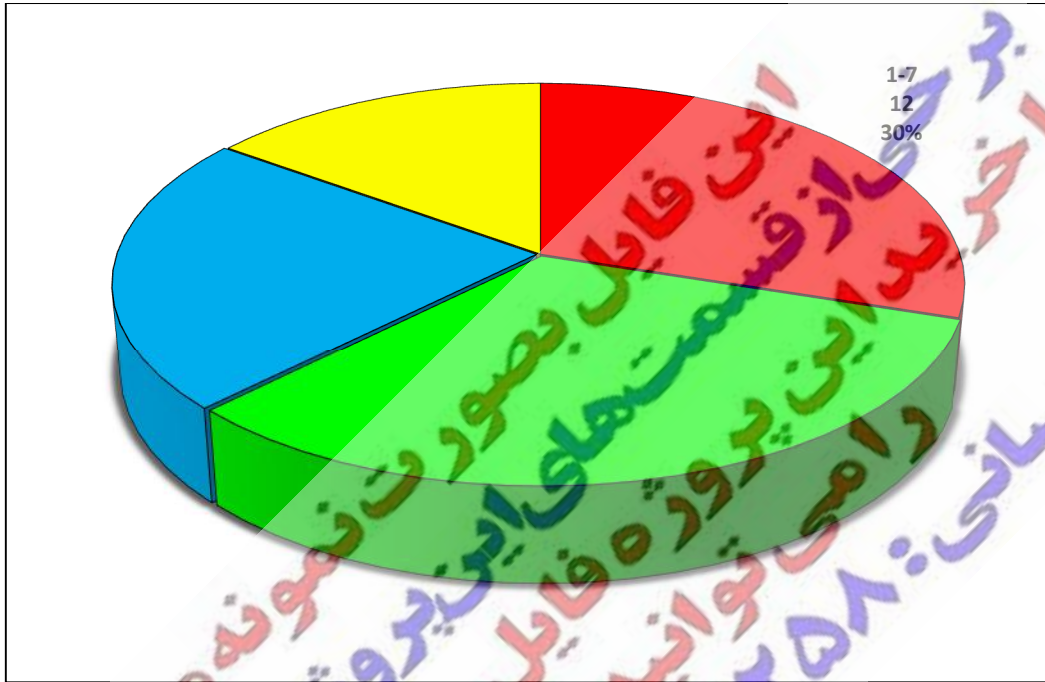
به نظر شما، تبلیغات تا چه حدی در فروش کالاهای بی کیفیت تأثیر دارد؟



## نمودارهای دایره ای

### نمودار دایره ای داده های سوال ۱

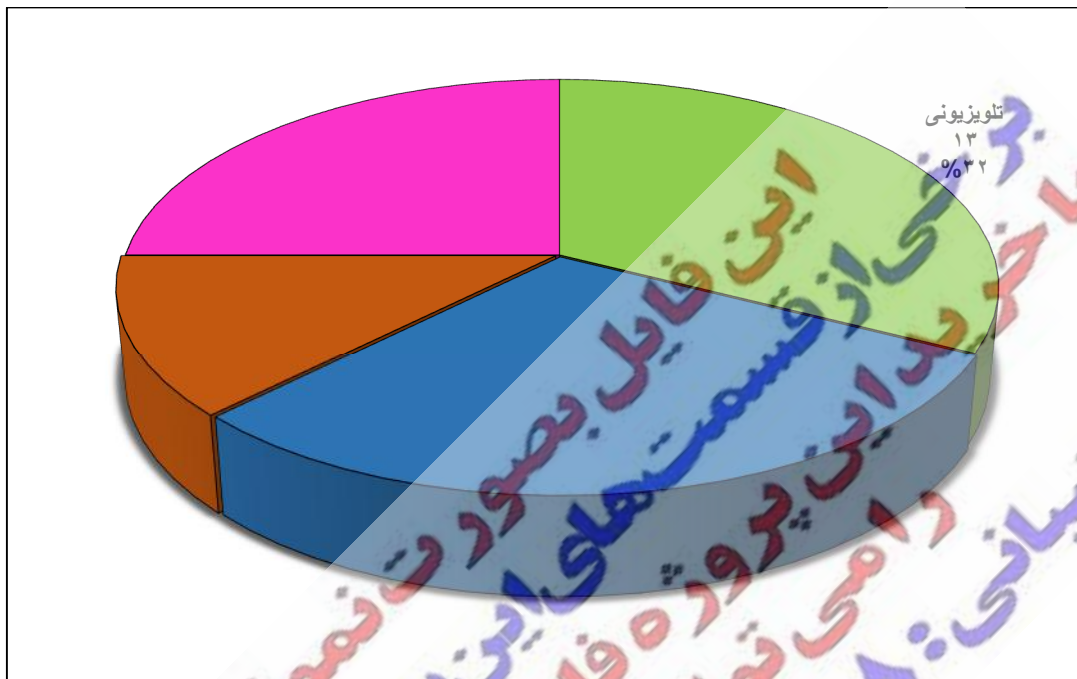
به طور متوسط روزانه چند دقیقه در معرض انواع تبلیغات قرار می گیرید؟



دسته ها
۱-۷
۷-۱۳
۱۳-۱۹
۱۹-۲۵

## نمودار دایره ای داده های سوال ۲

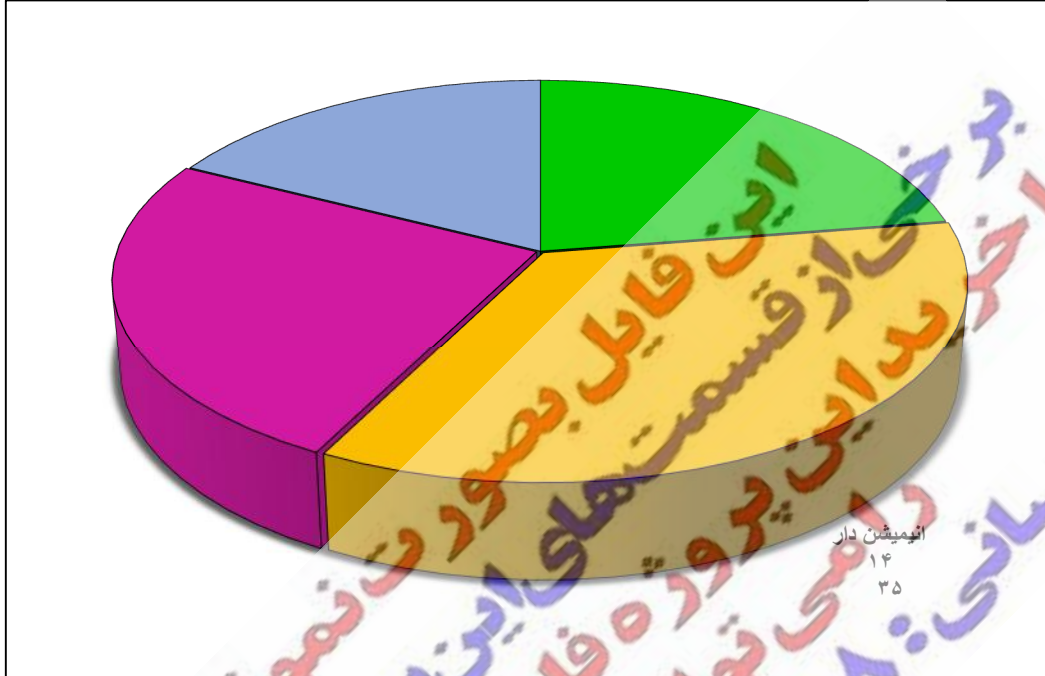
(کدام یک از تبلیغات زیر بیشتر توجه شما را جلب می کند؟)



نوع تبلیغ	
	تبلیغات تلویزیونی
	تبلیغات شبکه های اجتماعی
	تبلیغات روی بدنه ی ماشین ها
۴۰	تبلیغات روی بیلبوردها

### نمودار دایره ای داده های سوال ۳

(چه نوع تبلیغی برای شما جذاب تر است؟)

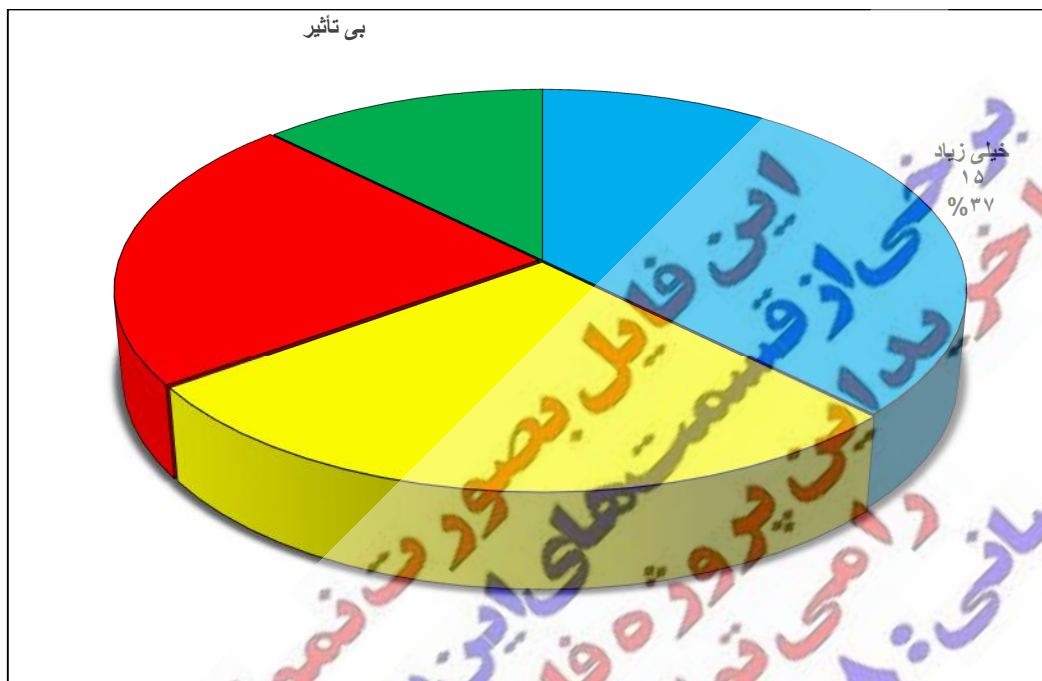


جذابیت تبلیغ
حاوی انیمیشن
حاوی رنگ های شاد
تبلیغات اغراق آمیز



## نمودار دایره ای داده های سوال ۴

به نظر شما، تبلیغات تا چه حدی در فروش کالاهای بی کیفیت تأثیر دارد؟



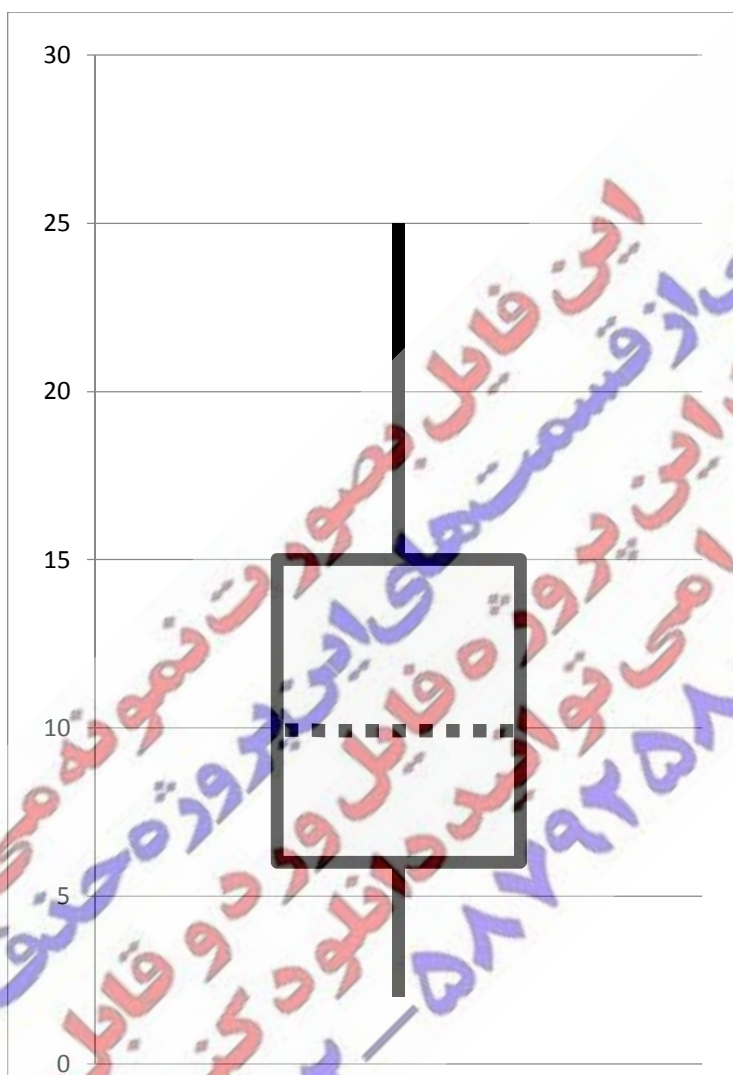

## نمودار ساقه و برگ

داده های مرتب شده (سوال ۱)

	۵	۵	۶		
		۱۰	۱۰		
۱۰		۱۵	۱۵		
۱۵	۲۵	۲۵	۲۵		
<hr/>					
ساقه		۶	۷	۷	۸
۰					
۱		۵	۵	۶	۸

کلید نمودار: ۱۵ = ۵    ۱

## نمودار جعبه ای



شاخص	
کوچک ترین داده	5
چارک اول	10
چارک دوم (میانه)	10
چارک سوم	15
بزرگترین داده	25

## شاخص های مرکزی

### میانگین

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} = \frac{10}{\quad}$$

ها قرار می گیرد.

بنابراین به طور میانگین

### میانه

تعداد داده ها زوج است، بنابراین میانه‌ی داده ها برابر است با نصف مجموع دو داده‌ی بیستم و بیست و یکم (در میان داده های مرتب شده)

بنابراین میانه ی داده ها،

## مُد

با توجه به اینکه در میان داده های مربوط به مدت زمان در معرض تبلیغات قرار گرفتن، ۵ دقیقه بیشترین تکرار را دارد (

در میان داده های مربوط به تکرار مُد است.

در میان داده های مربوط به ۱۴ تکرار مُد است.

در میان داده های مربوط به گزینه ی «خیلی زیاد»

این فایل بصورت نمونه می باشد  
لطفاً در این پروژه حلیف شده است  
دامی توانید دانلود کنید  
۵۸۱۷۹۲۵۸-۹۱۲-غلامی

## شاخص های پراکندگی

### دامنه تغییرات

دامنه تغییرات عبارت است از اختلاف کوچکترین و بزرگترین داده. به عبارت دیگر، دامنه تغییرات بازه ای است که داده ها در آن تغییر می کنند.

$$R = b -$$

### واریانس

واریانس داده ها عبارت است از میانگین مجزورات اختلاف داده ها از میانگین

$$\begin{aligned}\sigma^2 &= \frac{(x_1 - \bar{x})^2 + (x_2 - \bar{x})^2 + \dots + (x_n - \bar{x})^2}{n} \\ &= \frac{(10 - 11)^2 + (11 - 11)^2 + \dots + (15 - 11)^2}{12} \\ &= \frac{1}{12} + \dots + \dots\end{aligned}$$

## انحراف معیار

انحراف معیار عبارت است از جذر واریانس

$$\sigma = \sqrt{42/17}$$

## ضریب تغییرات

ضریب تغییرات داده ها از تقسیم انحراف معیار به میانگین به دست می آید.

$$cv = \frac{\sigma}{\bar{x}} = \frac{6/}{11/}$$

## نتیجه گیری

زمان قرار گرفتن در

دقیقه است، به عبارت دیگر نصف افراد مورد

تبلیغات تلویزیونی نسبت به سایر انواع تبلیغات، بیشتر توجه را به خود جلب می کند و میزان

درصد) از افراد مورد بررسی، میزان تاثیر تبلیغات در فروش کالاهای بی

نمودار جعبه ای داده ها نشان می دهد که بیشترین تمرکز داده های مربوط به زمان در معرض



نمونه‌ی پرسشنامه‌ی طرح شده به صورت زیر است:

بسمه تعالی	
با سلام	
این پرسشنامه جهت انجام یک پروژه‌ی آماری در مورد نقش تبلیغات در جلب مشتری در اختیار شما قرار گرفته است. لطفاً با پاسخ به سوالات زیر ما را در انجام پروژه یاری نمایید.	
با تشکر	
۱) به طور متوسط روزانه چند دقیقه در معرض انواع تبلیغات قرار می‌گیرید؟ .....	
۲) کدام یک از تبلیغات زیر بیشتر توجه شما را جلب می‌کند؟	
الف) تبلیغات تلویزیونی	ب) تبلیغات از طریق شبکه‌های اجتماعی
ج) تبلیغات روی بدنه ماشین‌ها	د) تبلیغات بنرهای سطح شهر
۳) چه نوع تبلیغی برای شما جذاب تر است؟	
الف) تبلیغات ساده و بدون توضیحات اضافه	ب) تبلیغات حاوی انیمیشن و کاریکاتور
ج) تبلیغات حاوی رنگ‌های شاد	د) تبلیغات اغراق آمیز
۴) به نظر شما تبلیغات تا چه اندازه در فروش کالاهای بی کیفیت تاثیر دارد؟	
الف) خیلی زیاد	ب) زیاد
ج) تا حدودی	د) تاثیری ندارد
با تشکر	

س

این فایل  
فقط از قسمت  
خرید این  
فایده  
استفاده  
کنید  
و در این  
فایده  
استفاده  
کنید  
و در این  
فایده  
استفاده  
کنید