



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تجزیه و تحلیل استقبال آنلاین: کلان داده در تحقیقات
بازاریابی کیفی

عنوان انگلیسی مقاله :

ONLINE RECEPTION ANALYSIS: BIG DATA IN
QUALITATIVE MARKETING RESEARCH



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

CONCLUSION

In this paper, we show that online reception analysis is a way to approach large-scale open-access social media platforms and understand consumers' interpretive activities on such platforms. Through both quantitative and qualitative analyses, we show how big data can be used in a qualitative marketing research perspective to open up our understanding of users and texts and how they interact on and through digital media. The aim of this research is different from netnography's blueprint of a specific community culture, and online reception analyses embark on different forms of analyses, even if the methods of data collections employed are largely the same as those used in netnography. One might argue that where netnography's focus on communities exhibit the traits of modern forms of "the social," fleeting and ephemeral social interactions on large-scale open-access social media represent postmodern forms of sociality (Maffesoli, 1996).

نتیجه گیری

ما در این مقاله ثابت کردیم تجزیه و تحلیل استقبال آنلاین راهی برای داشتن رویکردی نسبت به پایگاه‌های بزرگ و با قابلیت دسترسی آزاد رسانه‌های اجتماعی و درک فعالیت‌های تفسیری مشتریان در چنین پایگاه‌هایی است. ما از طریق هر دو تحلیل کمی و کیفی نشان دادیم چطور کلان داده می‌تواند در دیدگاه تحقیق بازاریابی کیفی برای گسترش درک ما از کاربران و متون و چگونگی تعامل‌شان در رسانه اجتماعی و به واسطه رسانه اجتماعی بکار گرفته شود. هدف از این تحقیق متفاوت از روش کار نتنوگرافی برای فرهنگ یک جامعه خاص است و تحلیل‌های پذیرش آنلاین کار را با انواع مختلف تحلیل‌ها آغاز می‌کنند، حتی اگر روش‌هایی که برای گردآوری داده استفاده می‌شوند تا حد زیادی مشابه روش‌هایی باشند که در نتنوگرافی بکار می‌رود. می‌توان اینطور استدلال کرد که هرچا تمرکز نتنوگرافی بر انجمن‌ها خصوصیات اشکال مدرن گروه‌گرایی را نشان می‌دهد، تعاملات اجتماعی زودگذر و روزمره در رسانه‌های اجتماعی بزرگ و با قابلیت دسترسی آزاد نشانگر اشکال پست مدرن معاشرت یا گروه‌گرایی هستند (مافسولی 1996). به عبارتی دیگر، کاستلز معاشرت‌های سست را فرهنگ الکترونیکی جدید توصیف می‌کند (1996/2010، ص 397).



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه می‌باشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.