



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تبلیغ و آگهی تجاری ، وفاداری به علامت تجاری و قیمت گذاری

عنوان انگلیسی مقاله :

Advertising, brand loyalty and pricing



### 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

### 6. Conclusions

The present article proposes a way to model the effects of persuasive advertising on price competition in a homogeneous product market. In a two stage game, an oligopoly first invests in persuasive advertising and, then, competes in prices. Advertising results in the creation of loyal consumer groups attached to the firms. The model predicts asymmetric advertising outlays despite the initial symmetry of the firms. This finding matches the empirical evidence in advertising intensive markets. The setting shows how persuasive advertising may be used to relax price competition, and links it to equilibrium price dispersion.

### 6-نتایج

مقاله پیشرو یک راهی را پیشنهاد می دهد تا تأثیرات تبلیغ تشویقی را در رقابت قیمت در بازار محصول هنجار مدل ریزی نمود . در یک بازی دو مرحله ای ، انحصار فروش در ابتدا در تبلیغ تشویقی سرمایه گذاری می کند و سپس در قیمت ها رقابت می کند . تبلیغ منجر به خلق گروه های مصرف کننده وفادار متصل به شرکت ها می گردد . مدل ، هزینه های آگهی غیرمتمقارن را علی رغم شباهت اولیه شرکت ها پیش بینی می نماید . این یافته با سند تجربی در بازارهای متمرکز بر آگهی سازگار می باشد . تنظیم نشان می دهد که چگونه آگهی تشویقی ممکن است برای کم کردن رقابت قیمت استفاده شود و آن را با پراکندگی قیمت توازن لینک می کند .



### 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.