



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

ابعاد فرهنگی در مورد رفتار خرید مصرف کننده و نگرش های مربوط به
مد در اجناس و محصولات مختلف در ایران

عنوان انگلیسی مقاله :

Cultural Dimensions on Consumer Buying Behavior and Attitude
towards Fashion in various commodity of Products in Ira



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

Managerial Implications:

It is hard to escape the obvious conclusion that celebrity, positive word of mouth, precise advertising with unique selling proposition message and Sales Promotion are the best integrated marketing communication (IMC) tools for promoting fashion commodities among the Iranian respondents. The IMC should be addressed the right segment for penetrating the fashion commodity item in customer mind. This can be illustrated by Garment, Bag & Shoes and Perfume are most attractiveness fashion commodities among Iranian's people, especially young ones, that consider as huge portion of Iranian population .

مفاهیم مدیریتی:

می توان از این نتیجه عبور کرد که شهرت، تبلیغات دقیق به همراه پیشنهاد فروش منحصر به فرد و ارتقای فروش، بهترین ابزارهای ارتباطات یکپارچه ی بازاریابی (IMC) برای ارتقای کالاها و اجناس مد در بین پاسخ دهندگان ایرانی هستند. IMC به عنوان بخش مناسبی برای نفوذ اجناس مد در ذهن مشتری در نظر گرفته می شوند. این موضوع را می توان از طریق پوشاک، کیف و کفش و عطر نشان داد که جذاب ترین کالاهای مد در بین مردم ایرانی به ویژه جوانان هستند که جوانان ایرانی به عنوان بخش بزرگی از جمعیت ایران در نظر گرفته می شوند.



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.