

عنوان فارسی مقاله :

پاسخ های مصرف کنندگان به ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتها (CSR)

عنوان انگلیسی مقاله :

CONSUMER RESPONSES TO CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) INITIATIVES



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.

HYPOTHESES

When a product is associated with a positively evaluated object, affect transfer will occur. Affect transfer is the process wherein people's preexisting affect associated with one object is transferred to a closely related object, toward which people may not hold prior affect (Shimp 1981). Affect transfer has been commonly observed in various marketing contexts. Research in brand extension indicates that consumers often respond favorably to a new product that is introduced by an existing reputable brand (Aaker and Keller 1990). Similarly, in event sponsorship, consumers' positive affect toward the event often results in favorable evaluations of the sponsoring product (Crimmins and Horn 1996). Keller (2003, p. 595) named the affect transfer as the brand-leveraging process, wherein marketers attempt to increase the equity of their brands by borrowing equity from others.



فرضیات

وقتی محصولی با یک شی ارزیابی شده به صورت مثبت ارتباط داشته باشد، آنگاه انتقال عاطفه رخ می دهد. انتقال عاطفه فرایندی است که به واسطه آن احساس و تمایل از پیش موجود مربوط به شی، به شی مربوطه ای منتقل می شود که افراد از قبلی میلی به آن ندارند. این فرایند معمولاً در زمینه های مختلف بازاریابی مشاهده شده است. تحقیق در زمینه توسعه برند نشان می دهد که مصرف کنندگان اغلب نسبت به محصول جدید معرفی شده توسط یک برند مشهور موجود پاسخ مطلوبی می دهند. به همین نحو، در حمایت مالی از رویداد، احساس و تمایل مثبت مصرف کنندگان نسبت به رویداد اغلب به ارزیابی های مطلوبی از محصول تحت حمایت مالی می انجامد. کسر انتقال عاطفه را، فرایند اهرم برند نامید که بازاریابان تلاش می کنند ارزش ویژه برندهایشان را از طریق استقراض سرمایه و ارزش از دیگران، افزایش دهند.

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.

همچنین برای مشاهده سایر مقالات این رشته [اینجا](#) کلیک نمایید.