بسمه تعالی زمان نصب در تابلوی اعلانات:

🞎 دفاع از رساله دکتری 🞎 سمينار عمومي (Colloquium)

**■** دفاع از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد  **🞎 سمينار تخصصي (Seminar)**

**🞎 سمينار تخصصي و مشورتي (Informal Seminar)**

###### عنوان : ارائه الگوی بازاریابی کتاب‌های تعاملی کودک

سخنران : مهسا مسائلی

**چکیده: هدف:** تولیدکنندگان کتاب‌های تعاملی به‌عنوان یکی از مروجان فرهنگ و ادبیات کودک نیاز به استفاده از بازاریابی برای معرفی و حمایت دارند و یکی از دشواری‌های اساسی در این زمینه نبود و ضعف الگوی بازاریابی مناسب است. هدف این پژوهش آن است که بازاریابی کتاب‌های تعاملی کودک را در ایران را شناسایی کند و در کنار آن، به ارائه الگوی بازاریابی برای این کتاب‌ها نیز بپردازد.

**روش:** پژوهش حاضر از نوع کاربردی است و با روش کیفی انجام شده است. جامعه پژوهش، ناشران در حوزه کتاب و ادبيات کودک در ایران و هم‌چنین متخصصان و تولیدکنندگان فعال در زمینه تولید کتاب تعاملی کودک بودند. از بین جامعه ده مورد به روش گوله برفی به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. در بخش کیفی، از تحلیل مضامین مصاحبه برای ارزش‌گذاری از نرم افزار مکس کیو دی‌ای استفاده و کدگذاری انجام شده است.

**یافته‌ها:** تحلیل کیفی نتایج حاصل از ده مصاحبه به شناسایی سه مقوله اصلی روش‌های بازاریابی، نقاط ضعف و نقاط قوت کتاب‌های تعاملی به همراه مقوله‌های فرعی و مفاهیم آن‌ها انجامید. مهم‌ترین یافته‌ها نشان داد که برای بازاریابی کتاب‌های تعاملی و فروش آن‌ها در این پژوهش، استفاده از روش‌های بازاریابی اینترنتی و دیجیتالی بهترین راهکار است و به نقش ارزش آفرینی نقاط قوت این کتاب‌ها در اشاعه و بازاریابی اشاره و نقاط ضعف بازاریابی آن‌ها نیز ارائه شد. هم‌چنین برای حفظ و ارتقای کتاب‌ها و تسریع در فروش راه‌کارهایی ذکر شد. در پایان الگوی مناسب برای بازاریابی کتاب تعاملی کودک شناسایی شد.

**نتیجه‌گیری:** از یافته‌های پژوهش می‌توان استنباط کرد که امروزه کتاب‌های تعاملی ابزار مناسبی برای سرگرمی، خلاقیت و ارتباط بهتر کودکان با مسائل پیرامونشان است و برای معرفی و عرضه این محصولات نیاز به الگویی برای بازاریابی داریم. ناشران و تولید کنندگان کتاب تعاملی در مسیر حرکت به‌سوی بهره گیری از روش‌های بازاریابی هستند. میزان آشنایی آن‌ها با معیارها و روش‌های بازاریابی در حد متوسط است و برخی از روش‌ها را استفاده و عملیاتی کرده‌اند. ناشران و متخصصان تولیدکننده کتاب تعاملی نیاز به آگاه‌سازی درباره الگوهای بازاریابی دارند. در این پژوهش الگوی بازاریابی کتاب تعاملی کودک طراحی و ارائه شده است.

**کلیدواژه‌ها**: کتاب‌های تعاملی، بازاریابی کتاب، ناشران، کتاب کودک، ادبیات کودکان

## **زمان برگزاری:**۲۶/۱۰/۱۴۰۱ ساعت 13

#### **مکان برگزاری: دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی** کلاس 314