

مستخلص البحث

يديانتو، هيري. 2014 . البحث. العنوان: فعالية الإعلان المحمول في لعبة الروبوت في المحتوى مع ملحمة نموذج نهج دراسة الطلاب في كلية الاقتصاد غير المالك مالانج.

المشرف: الدكتور الحاج مشهورى الماجستير .

الكلمات الرئيسية : الإعلان تليفون وفعالية

التقدم في التكنولوجيا، وخاصة في مجال التكنولوجيا والاتصالات، وتقدمت بسرعة كبيرة للغاية. واحد منهم هو الهاتف الذكي (الهواتف الذكية) هو الهاتف المحمول الذي لديه قدرة عالية المستوى، وأحياناً مع وظيفة تشبه الكمبيوتر، والتي في عالم الإعلان ويشير إلى الإعلان المحمول). التطور في التكنولوجيا يثير العديد من وسائل الإعلام الجديدة التي يمكن استخدامها كشركة وسائل الإعلام والإعلان، الإعلان وسائل الاعلام هو وسيلة فعالة في آن معا في تقديم المنتجات المعروضة للمستهلكين.

الغرض من هذه الدراسة كما يلي: (1). تحليل فعالية الإعلان المتحرك كوسيط الإعلان في الهاتف الذكي الروبوت القائم باستخدام نموذج للنهج EPIC (التعاطف، الاقتناع، والأثر، والاتصالات) (2). تحليل مكونات EPIC نموذج (التعاطف، الاقتناع، والأثر، والاتصالات) هي الأبرز كمقياس للفعالية للإعلان المحمول كوسيلة للإعلان في الهواتف الذكية على أساس الروبوت. اختيار عينات 89 شخصا مع تقنية أخذ العينات عرضي. تستخدم هذه الدراسة المنهج نموذج EPIC باستخدام التقنيات التحليلية متوسط الدرجة. تتم معالجة البيانات باستخدام مايكروسوفت إكسل 2007 و SPSS ويندوز.

جميع مكونات نموذج EPIC كان معروفا لتقييم فعالية نطاق Linkert أساس لها يمكن الاستنتاج بأن الإعلان المحمول هو وسيلة فعالة للدعاية، وخاصة على محتوى اللعبة على الروبوت. من تحليل فعالية كل مكون في EPIC نموذج. الأثر (الأثر) هو نموذج المكون الذي هو EPIC الأبرز كمقياس للفعالية للإعلان المحمول كوسيلة للإعلان عن الهاتف الذكي الروبوت القائم مع فعالية التأثير (I1) من 4.887 والأثر (I2) من 4.460 والثاني في فئة فعالة للغاية .