



تحلیل بازار برنامه های غیرحضوری و اولویت بندی تولید این برنامه ها

"به منظور تحلیل بازار برنامه های غیرحضوری و اولویت بندی تولید این برنامه ها، تحلیل بازار به شرح زیر صورت گرفت؛ ابتدا تعداد مخاطبین در هر گروه هدف در استان آذربایجان شرقی و کل ایران استخراج گردید و ...

"به منظور تحلیل بازار برنامه های غیرحضوری و اولویت بندی تولید این برنامه ها، تحلیل بازار به شرح زیر صورت گرفت؛ ابتدا تعداد مخاطبین در هر گروه هدف در استان آذربایجان شرقی و کل ایران استخراج گردید و سپس مجموع امتیازات غیرحضوری تولید شده برای آنها نیز محاسبه شد. آنگاه شاخصی برای اولویت بندی گروه های هدف به صورت زیر تولید گردید. (تعداد مخاطب / امتیاز + 1) هرچه حاصل کسر بزرگتر باشد به معنی تقاضای بالاتر برای برنامه های غیرحضوری است که می تواند بعنوان راهنما برای شرکت های تولید کننده برنامه های غیرحضوری و نیز دبیران محترم برنامه ها مورد توجه قرار گیرد. در ادامه فایل لیست های مذکور براساس نیاز مشمولین استان و کشور تقدیم حضور می گردد.

- [امتیازات بر اساس تیریز](#)

- [امتیازات بر اساس کشور](#)