

عنوان مقاله:

نوآوری در مدیریت فروش مبتنی بر دانش با استفاده از استعاره پیوند

محل انتشار:

اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

حسین رضایی دولت آبادی - استادیار، دکترای مدیریت مالی

سیده نسیم میرالسادات هفشجانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

این مقاله چارچوب مفهومی و آزمایش پذیری در استراتژی مدیریت فروش مبتنی بر دانش و دستورالعمل های برای نوآوری و کسب دانش جدید را مورد توجه قرار می دهد. از استعاره پیوند برای گسترش چارچوب تئوریک که می تواند در مدیریت فروش به کار رود استفاده می کنیم. در زمینه استراتژی های تجارت، اصول پایه ای استراتژی های بر مبنای دانش، دستیابی به مزیت های رقابتی و عملکرد مالی برتر است سازمانها باید به صورت سیستماتیک ذخایر دانش را جمع آوری کنند و به صورت سیستماتیک این ذخایر دانش را در جهت نوآوری استفاده کنند. در این مقاله 1- مروری اجمالی بر ادبیات استعاره در زمینه مدیریت فروش خواهیم داشت 2- استعاره پیوند را معرفی و ارزیابی می کنیم 3- مفاهیم مرتبط به مدیریت دانش در حوزه مدیریت فروش را بررسی می کنیم. 4- پیوند دانش را براساس چارچوب مفهومی در زمینه مدیریت فروش توسعه می دهیم.

کلمات کلیدی:

مدیریت فروش، استعاره پیوند، کسب دانش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/108257>

