

## عنوان مقاله:

کارآفرینی در بستر تاریخ بازاریابی

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

## نویسندگان:

حمیدرضا ایل بیگی خمسه نژاد - استادیار گروه مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی مجازی فاران ماهدانش

سارا کشاورز - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-کارآفرینی موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی مجازی فاران ماهدانش

## خلاصه مقاله:

در کمتر مقاله علمی به واکاوی و کشف تاریخچه و سرگذشت بازاریابی فراتر از خاستگاه های پذیرفته شده معمول آن پرداخته شده است. حتی فراتر از این، در مطالعات، کمتر به کشف نقش کارآفرین در بازارها و اقتصادهای اولیه یا چگونگی سازگاری کارآفرینان همگام با تغییرات اقتصاد جهانی پرداخته شده است. فارغ از اذعان و پذیرش وجود اشکال اولیه مبادلات تجاری در دوره پیشاصنعتی،<sup>2</sup> در منابع مکتوب خیلی اندک به ساختارهای اجتماعی، تاریخی و انسان شناسانه که به ایجاد نظریه بازاریابی و کارآفرینی یا نیمرخ از اولین کارآفرینانی که در صدد گسترش تجارت فراتر از مبادلات ساده در جامعه خود بودند، توجه و پرداخته شده است. از این رو، این مسئله را می توان غفلتی از جانب صاحب نظران حوزه تاریخچه بازاریابی، کارآفرینی و رشته های مرتبط دانست که موجب ایجاد خلا و شکاف در ادبیات موجود که آن را تحت عنوان مقایسه و مقابله 3 رویکردهای بازاریابی سنتی با رویکردهای کارآفرینی و رویکردهای مربوط در ادوار مختلف نام می گذاریم، به شمار آورد. در این مقاله مسائل مربوط در رابطه با بازاریابی و کارآفرینی مطرح و مورد بررسی قرار گرفته است.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، کارآفرینی، بازاریابی رابطه مند، رویکرد پیلزبری در بازاریابی، دوره های بازاریابی، پراگماتیسم

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1160601>

