

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ویژگیهای فردی بر ایجاد هوش بازاریابی در سازمان

## محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 1، شماره 1 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

## نویسندگان:

علیرضا جلالی کلد

محمد فاریابی - دانشگاه تبریز

محمد فاریابی - دانشگاه تبریز

فاطمه نیکبخت

## خلاصه مقاله:

چکیده امروزه سازمانها با تغییرات محیطی فراوانی مواجهند. تغییرات آنقدر سریع رخ میدهند که اگر سازمانها از پیش، خود را برای مواجهه با آنها آماده نکنند، بقای آنان در خطر خواهد بود. یکی از ابزارهای جدیدی که به سازمان ها کمک میکند در محیط پرتلاطم امروزی خود را به جایگاهی شایسته برسانند، استفاده از هوش بازاریابی است. از آنجایی که در کشور ما هنوز درک صحیحی از مفهوم هوش بازاریابی وجود ندارد، در بسیاری از کتب و یا محافل علمی کشور، هوش بازاریابی را مترادف با اطلاعات بازاریابی یا تحقیقات بازار، می پندارند. بنابراین، هدف این تحقیق، توسعه نظریات در رابطه با هوش بازاریابی و تعیین ویژگیهای فردی موثر بر هوش بازاریابی به منظور دستیابی به مزیت رقابتی پایدار است. در این راستا ابتدا با مرور پیشینه تحقیق مجموعه‌های از شاخص های مربوط به هر یک از عوامل فردی موثر بر هوش بازاریابی در سازمان گردآوری شد، دادهها از طریق پرسشنامه و مصاحبه جمعآوری شد و از تکنیکهای کمی و کیفی آماری برای تجزیه و تحلیل دادهها استفاده شد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که ویژگیهای فردی شامل شخصیت، خلاقیت، انگیزش، هوش و عامل پست سازمانی بر ایجاد هوش بازاریابی در سازمان موثر هستند.

## کلمات کلیدی:

واژههای کلیدی: هوش بازاریابی، ویژگی های فردی، مزیت رقابتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1188919>

