

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر هوش بازاریابی در ایجاد مزیت رقابتی

## محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 4، شماره 4 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

الهام ظفریان پور - دانشگاه تبریز

محمد فاریابی - دانشگاه تبریز

محمد فاریابی - دانشگاه تبریز

## خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق، توسعه نظریات در رابطه با تاثیر هوش بازاریابی بر مزیت رقابتی در حوزه فعالیت کسب و کارهای کوچک و متوسط فعال در صنعت لاستیک و پلاستیک استان تهران است. در این راستا ابتدا با مرور پیشینه تحقیق مجموعه ای از عوامل شکل دهنده هوش بازاریابی در سازمان گردآوری شد، داده ها از طریق پرسشنامه جمع آوری شد و از تکنیک های آماری برای تجزیه و تحلیل آماری برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد. در پایان، ضمن جمع بندی و بیان نتایج تحقیق، پیشنهادات مرتبط با آن برای مدیران و نیز ادامه و پیگیری تحقیقات مشابه در آینده ارائه شده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که عوامل تشکیل دهنده هوش بازاریابی شامل نوع اطلاعات، منابع اطلاعات و تناوب استفاده از اطلاعات در شرکت های کوچک و متوسط رابطه مثبت و معنی داری با مزیت رقابتی آنها دارند.

## کلمات کلیدی:

هوش بازاریابی، نوع اطلاعات، منابع اطلاعات، تناوب استفاده از اطلاعات، مزیت رقابتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1207082>

