

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بازاریابی و پیروسی و بین المللی شدن محصول در استارت آپ ها مورد مطالعه: شرکت های نوپا در ارومیه

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

تینا مرضیه - دانشجوی کارشناسی ارشد، پردیس دانشگاه ارومیه، ایران

خلاصه مقاله:

موضوع بازاریابی و پیروسی و رابطه آن با بین المللی شدن محصول استارت آپ ها حائز اهمیت است و بدون شناخت و ارزیابی علمی از وضعیت موجود استارت آپ ها همچنین بین المللی شدن محصول، جستجوی راهکارهای مناسب برای کنترل وضعیت موجود ممکن نخواهد بود در راستای این مهم، این پژوهش با هدف تعیین رابطه بین بازاریابی و پیروسی و بین المللی شدن از دیدگاه مدیران استارت آپ ارومیه مورد بررسی و پژوهش قرار گرفت. این تحقیق با روش توصیفی - پیمایشی انجام شد. جامعه آماری ۱۳۵ نفر از مدیران استارت آپ ارومیه بود که با استفاده از فرمول کوکران ۱۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری به دست آمد. داده ها طی پرسشنامه بر اساس مدل کسزی و بیمنز، ۲۰۱۶ توسط منظمی (۱۳۹۶) و پرسشنامه استاندارد بازاریابی و پیروسی محمدی و کریمی دهکردی (۱۳۸۹) جمع آوری گردید و برای بررسی فرضیه ها از پیرسون و رگرسیون بهره گرفته شد. نتیجه بر آمده از تحقیق نشان داد بین بازاریابی و پیروسی و بین المللی شدن محصول از دیدگاه مدیران استارت آپ ارومیه رابطه معنی داری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی و پیروسی، بین المللی شدن محصول، استارت آپ، ارومیه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1268390>

