

عنوان مقاله:

افزایش اثربخشی ارزش ویژه برند از طریق استراتژی های بازاریابی و مزیت رقابتی پایدار

محل انتشار:

ماهنامه برندآفرین، دوره 2، شماره 16 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

دکتر سید محمد مهاجر - رییس موسسه آموزش عالی ترجمان علوم

خلاصه مقاله:

در روش های سنتی مدیریت منابع انسانی غالباً از روش بازاریابی برای ایجاد تصویری موجه از یک شرکت به منظور استخدام کارمندان بهتر استفاده نمی شود. اخیراً برخی متخصصان برای مدیریت استخدامی خود از اصول بازاریابی استفاده می کنند. بازاریابی در ایجاد تصویری برجسته از شرکت کمک می کند و آنجا را محل مناسبی برای کار کردن نشان می دهند. در این مقاله روش های مدیریت بازاریابی را که به بازاریابی استخدامی در صنایع بیمارستانی مربوط می شود، بررسی می کنیم و نشان می دهیم که مزیت رقابتی پایدار بیمارستان، استراتژی بازاریابی و استفاده از ارزش ویژه برند موجب تاثیرگذاری بر تمایل پزشکان برای دنبال کردن موقعیت های شغلی خواهد شد.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی پایدار، استراتژی بازاریابی، ارزش ویژه برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1360588>

