

عنوان مقاله:

بررسی رابطه استراتژی های مدیریت بازاریابی با میزان فروش (مطالعه موردی: فروشگاه افق کوروش)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی توسعه و ترویج علوم انسانی و مدیریت در جامعه (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

سیما فرج پور - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی - تحلیلی با استفاده از ابزار پرسشنامه می باشد. هدف این پژوهش بررسی رابطه استراتژی های مدیریت بازاریابی با میزان فروش می باشد. جامعه آماری پژوهش فروشگاه افق کوروش بوده اند و تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر محاسبه شد. روایی سوالات پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان حوزه مدیریت بازرگانی مورد تایید قرار گرفت، پایایی آن نیز با آزمون آلفای کرونباخ ۰/۷۷ محاسبه شد. جهت تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه، از نرم افزار spss استفاده شده است. آزمون کولموگروف اسمیرنوف غیرنرمال بودن داده ها را نشان داد که در نهایت برای بررسی فرضیات پژوهش از آزمون ناپارامتریک اسپیرمن استفاده شده است. نتایج آزمون اسپیرمن نشان داد که استراتژی های مدیریت بازاریابی با میزان فروش در فروشگاه افق کوروش با > 0.05 و سطح اطمینان ۹۵٪ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

استراتژی های مدیریت بازاریابی، میزان فروش فروشگاه افق کوروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1370720>

