

عنوان مقاله:

ارائه مدلی کارا برای گزینش مدیران بازاریابی در صنعت کاشی و سرامیک (با تکیه بر معیارهای: تفکر استراتژیک، نوآوری گرائی، مشتری کانونی و دانش اینترنتی)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بهره وری، دوره 1، شماره 1 (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

سلیمان ایرانزاده - عضو هیات علمی گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

حسین عماری - مربی و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

خلاصه مقاله:

مدیریت در عصر حاضر مستلزم مهارتهای گوناگون از جمله تفکر استراتژیک، مشتری گرائی و... است. البته این مهارتها با توجه به نوع فعالیت های سازمان و محیط آن اولویت بندی می شوند. در این پژوهش ابتدا با بررسی گروه کانون ۳، مهارتهای تاثیرگذار بر موفقیت مدیر بازاریابی در صنعت کاشی و سرامیک تعیین و بعد از انجام پیمایشی در صنعت، تعدیلات لازم در متغیرها اعمال شده است. نهایتاً، با در نظر گرفتن ترکیب بهینه مهارتها، مدل مناسبی برای گزینش مدیران بازاریابی در صنعت فوق، ارائه شده است. ۳- (Focus group (customer panel

کلمات کلیدی:

تفکر استراتژیک، مشتری کانونی، مشتری گرائی، مشتری مداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1382748>

