

## عنوان مقاله:

بررسی و مطالعه آیت‌های موثر بر مدیریت بهینه بازاریابی با نقش میانجی بهره‌مندی از تکنولوژی‌های نوین در رشد و توسعه عملکرد سازمان

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه مشاوره، علوم تربیتی و روانشناسی ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

## نویسنده:

لیلی سعید - کارشناسی رشته ادبیات فارسی دانشگاه علامه طباطبایی، کارشناس مسئول اداره رفاه و امور ایثارگران شهرداری منطقه ۱۶ شهرداری تهران

## خلاصه مقاله:

رشد و توسعه برای تمام قسمت‌های شرکت وجود دارد و در عصر جدیدی که در آن قرار داریم تکنولوژی حرف اول را می‌زند به طوری که در صنعت بازاریابی هم تاثیر بسزایی گذاشته و یکی از منابع‌های فواید رقابتی در بازاریابی BYB و BYC شده. همه مردم در زندگی خود با کلمه بازاریابی در ارتباط هستند و بازاریابی را وسیله‌ای برای توسعه یافته‌اند. تعداد زیادی از افراد فکر می‌کنند که بازاریابی با فروش یکی است اما درحقیقت فعالیت بازاریابی قبل و بعد از عمل فروش انجام می‌شود و عملاً فعالیت‌های زیادی را دربرمی‌گیرد مثل تحقیقات بازاریابی، توسعه کالا، توزیع، قیمت‌گذاری و موارد دیگر که هدف رضایت مشتریان می‌باشد و سازمان را به اهداف سازمانی نزدیک کند. در این مقاله که در پیرامون بازاریابی جمع‌آوری شده به تعاریف بازاریابی و دیدگاه صاحب‌نظران و انواع و اهداف این حیطه پرداخته‌ام.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، سازمان، اهداف، تکنولوژی، رشد و توسعه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1430735>

