

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر برون سپاری بازاریابی در توسعه شایستگی های بازاریابی

محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

میثم شیرخدایی - عضو هیات علمی دانشگاه مازندران

نادر گودرزی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به بررسی تاثیر برون سپاری بازاریابی در توسعه شایستگی های بازاریابی پرداخته است. این پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق را ۲۸۹ نفر از مدیران تولیدی های استان تهران می باشند که ۱۶۹ نفر از آن ها با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده و جدول مورگان به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزارهای این پژوهش پرسشنامه می باشند. برای روایی تحقیق از روایی همگرا و واگرا استفاده شده است. برای پایایی تحقیق از پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار پی ال اس و مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که برون سپاری بازاریابی در توسعه شایستگیهای بازاریابی تاثیر دارد. همچنین نتایج نشان داد که صلاحیت های بازاریابی در ارتباط بین برون سپاری بازاریابی و توسعه شایستگی های بازاریابی نقش تعدیل گر دارد. ظرفیت جذب در ارتباط بین برون سپاری بازاریابی و توسعه شایستگی های بازاریابی نقش تعدیل گر دارد. شدت دانش در ارتباط بین برون سپاری بازاریابی و توسعه شایستگی های بازاریابی نقش تعدیل گر دارد.

کلمات کلیدی:

برون سپاری بازاریابی، توسعه شایستگی های بازاریابی، تولیدی های استان تهران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1430957>

