

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر هوش بازاریابی بر عملکرد بازاریابی (مورد مطالعه: شرکتهای مستقر در منطقه آزاد تجاری- صنعتی ارس)

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت در علوم انسانی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

محمدحسن حدادی - استادیار، گروه مدیریت، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران

جبرئیل مرزی علمداری - مربی، گروه مدیریت، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران

خدیجه عظیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر هوش بازاریابی بر عملکرد بازاریابی با نقش میانجی هوش سازمانی در شرکتهای مستقر در منطقه تجاری- صنعتی آزاد ارس میباشد. تحقیق حاضر از نظر هدف تحقیقی کاربردی است. همچنین در این پژوهش به توصیف و مطالعه آنچه که هست میپردازیم. بنابر این تحقیقی توصیفی محسوب میگردد. از سویی چون محقق در شرایط زندگی واقعی یک سازمان حضور پیدا کرده است در واقع این پژوهش در زمره مطالعات میدانی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران و کادر فروش شرکتهای مستقر در منطقه آزاد ارس میباشد. که بر اساس اطلاعات دریافتی ۴۱۱ نفر محاسبه گردیده برای انتخاب نمونه آماری از جامعه آماری از روش نمونه گیری به صورت نمونه گیری تصادفی ساده و با توجه به محدود بودن جامعه از جدول مورگان برای تعیین حجم نمونه استفاده گردید. که بر این اساس تعداد نمونه آماری ۲۰۰ نفر بدست آمد. از روش های آماری ضریب همبستگی اسپیرمن، بررسی نرمالیتی داده ها و مدلسازی معادلات ساختاری به روش پی ال اس (تحلیل مسیر) استفاده شد. و نتایج حاصل حاکی از آن است که هوش بازاریابی با نقش میانجی هوش سازمانی بر عملکرد بازاریابی در شرکتهای مستقر در منطقه آزاد تجاری- صنعتی ارس تاثیر مثبت دارد.

## کلمات کلیدی:

هوش بازاریابی، هوش سازمانی، عملکرد بازاریابی، سهم بازار، ارتقای فروش، رشد سودآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1475061>

