

عنوان مقاله:

مدل سازی استراتژی بازاریابی نوین در ارتباط با کسب و کارهای با فناوری سطح بالا

محل انتشار:

دومین همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

هادی دهقانی بشته - دانشجوی دکترای DBA، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ایران

خلاصه مقاله:

یکی از بهترین استراتژی هایی که در حال حاضر برای پیشرفت در زمینه های مختلف کاری از آن استفاده می شود، شیوه بازاریابی نوین است. پژوهش حاضر که با هدف مدلسازی استراتژی بازاریابی نوین در ارتباط با کسب و کارهایی با فناوری سطح بالا است. جامعه آماری این مطالعه را مدیران و کارشناسان ارشد شرکت های فعال در زمینه نانوفناوری مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران و شرکت های منتخب معرفی شده توسط ستاد توسعه نانوفناوری کشور تشکیل می دادند که از این میان تعداد ۷۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. از پرسش نامه محقق ساخته به منظور آزمون فرضیات و رسیدن به اهداف فوق الذکر استفاده و نتایج نشان داد که گرایشات بازاریابی و تجربه های بازاریابی نوین اثر مثبتی بر روی عملکرد شرکت های مورد مطالعه دارند. همچنین گرایشات بازاریابی، تجربه های بازاریابی نوین و استراتژی های بازاریابی نوین اثر مثبتی بر روی عملکرد شرکت های منتخب دارند.

کلمات کلیدی:

مدلسازی استراتژی بازاریابی بازاریابی نوین، گرایشات بازاریابی کسب و کارهایی با فناوری بالا، استراتژی بازاریابی نوین، فناوری های سطح بالا، کسب و کارهای نوآور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1542411>

