

عنوان مقاله:

استراتژی آمیخته بازاریابی (۴P) و بررسی اثر استراتژی های بازاریابی مبتنی بر ۴P، بر عملکرد شرکت ها

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و توسعه اقتصادی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

علی بادامی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی دانشگاه خوارزمی

خلاصه مقاله:

یکی از اصلی ترین و قدیمی ترین استراتژی های بازاریابی ، استراتژی آمیخته بازاریابی (۴P) می باشد که به چهار موضوع قیمت ، مکان، محصول و ترویج تمرکز دارد. سودآوری شرکت نیز بعنوان رکن اصلی فعالیت هر کسب و کار به عملکرد آن مجموعه وابسته است و پژوهش حاضر نیز مروری بر مطالعات مربوط به تاثیر آمیخته بازاریابی بر عملکرد شرکت ها داشته است. پژوهش های صورت گرفته پیشین ، تاثیر مثبت و مستقیم این عوامل بر عملکرد شرکت را اثبات می نمایند و لازم است مدیران شرکت ها به این استراتژی ها توجه بیشتری داشته باشند.

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی ، عملکرد شرکت ، استراتژی بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1563668>

