

## عنوان مقاله:

بازاریابی کارآفرینانه: مروری بر ارتباط کارآفرینی با بازاریابی

## محل انتشار:

پانزدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

حمیدرضا ایل بیگی خمسه نژاد - استادیار گروه مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی فاران مهر دانش، تهران، ایران

حسن رمن - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی موسسه آموزش عالی فاران مهر دانش، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این مقاله مشخص ساختن بهتر سهم کارآفرینی در پیشرفت تفکر بازاریابی است. این مقاله یک مقاله مروری محسوب می گردد که در آن از برخی از ادبیات موجود برای پیشنهادهای پژوهشی جدید و آتی استفاده شده است. از نقطه نظر یافته ها، در مقاله حاضر فرصتهای پژوهشی به علاقمندان پیشنهاد می شود و این نتیجه حاصل می گردد که مشارکت و نقش آفرینی کارآفرینی در بازاریابی کلان هنجاری تا حد زیادی وجود ندارد. فصل مشترک و رابطه میان بازاریابی و کارآفرینی همچنان ارتباطی است که تبیین آن دشوار باقی مانده است. با این حال، این وجه مشترک دارای یک ظرفیت تحقیقاتی غنی است و بسیار مهم است که بازاریابی و بویژه پژوهشگران حوزه بازاریابی از این فرصتها برای تقویت تمرکز استراتژیک خود به عنوان یک زمینه پژوهشی کمال استفاده را ببرند. در این مقاله ادبیات مربوط از دیدگاه های مختلف بازاریابی و زمینه های مرتبط با یکدیگر تلفیق شده است و ضمن ترسیم رابطه بازاریابی و کارآفرینی در طرح طبقه بندی هانت، به مبحث بازاریابی کارآفرینانه هم پرداخته شده است.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، کارآفرینی، رابطه بازاریابی و کارآفرینی، بازاریابی کارآفرینانه.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1573179>

