

عنوان مقاله:

ارائه مدل تحقیقات بازاریابی BYB در صنعت غذا (مواد اولیه)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی صنعتی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

علیرضا ندرلو - کارشناسی ارشد تحقیق و پژوهش، مرکز نوآوری گروه صنعتی پژوهشی فرهیختگان زرنام، هشتگرد

محسن امینی - دکتری کارآفرینی، گروه صنعتی پژوهشی زر، هشتگرد

هادی حدادی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، مرکز نوآوری گروه صنعتی پژوهشی فرهیختگان زرنام، هشتگرد

سیدمحسن نقوی - کارشناس صنایع تولید، مرکز نوآوری گروه صنعتی پژوهشی فرهیختگان زرنام، هشتگرد

خلاصه مقاله:

مقاله حاضر، مطالعه ای بر تحقیقات بازاریابی صنعتی در صنعت BYB می پردازد. در این مقاله به بیان مبانی نظری، حوزه های ممیزی بازاریابی صنعتی، رفتار خریداران و مدل ارزیابی پیشنهادی در این حوزه پرداخته و تلاش شده است که از مجموعه مقالات منتشر شده در مجله ها، کنفرانس ها، موتورهای جستجوی مختلف و نظر خبرگان در سالهای متفاوت استفاده گردد. مدل پیشنهادی بازاریابی صنعتی، گروه صنعتی پژوهشی فرهیختگان زرنام در قالب مزیت های رقابتی، مهندسی فروش، بسته بندی، قدرت رقابتی موجود، پذیرش کالای جدید و تبلیغات تدوین گردیده است.

کلمات کلیدی:

بازاریابی صنعتی، حوزه ممیزی بازاریابی صنعتی، مدل بازاریابی صنعتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1727433>

