

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه پلتفرم های بازاریابی دیجیتال با پایداری سازی مشاغل شرکت های دانش بنیان شهر کرمان

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

امیر فاضل - استادیار، گروه مدیریت، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

آزین هرندی - دکتری مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

## خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر رابطه بین پلتفرم های بازاریابی دیجیتال با پایداری سازی کسب و کار شرکت های دانش بنیان شهر کرمان انجام شد. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شد. جامعه آماری مورد مطالعه شامل کلیه کارکنان شرکت های دانش بنیان شهر کرمان می باشد که تعداد آنها ۱۲۰ نفر می باشد و بر اساس فرمول کوکران ۸۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است. برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه بازاریابی دیجیتال و پایداری سازی کسب و کار استفاده شد. اعتبار پرسشنامه بازاریابی دیجیتال ۹۵ درصد، اعتبار پرسشنامه پایداری سازی کسب و کار ۹۳ درصد است. میزان پایایی برای پرسشنامه بازاریابی دیجیتال برابر با ۸۹/۰ درصد و پایدار سازی کسب و کار معادل ۸۷/۰ درصد است. برای تجزیه و تحلیل داده ها و بررسی فرضیه ها از ضریب همبستگی استفاده شد. نتایج حاکی از آن است که بین تاثیر بازاریابی دیجیتال بر پایداری سازی کسب و کار شرکت های دانش بنیان شهر کرمان رابطه معناداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی دیجیتال، پایداری سازی شغل، شرکت های دانش بنیان، پلتفرم بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1949665>

