

عنوان مقاله:

بازاریابی و صادرات فن آوری بنگاه های علمی، بستر سازه گستره تولید ن و آوری و کارآفرینی

محل انتشار:

همایش دانشگاه کارآفرین؛ صنعت دانش محور (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

عادل عباس نژاد باقری - کارشناس ارشد مدیریت استراتژیک، دانشگاه پیام نور

ولی الله قلی پور گودرزی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

حمیدرضا رضانیا - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

خلاصه مقاله:

امروزه تجاری سازی بخش مهمی از فرآیند نوآوری است و هیچ فناوری و محصولی بدون آن با موفقیت وارد بازار نمی شود. ایجاد بسترهای برای عرضه دانش و فناوری، علاوه بر فراهم آوردن ارزش های اقتصادی قابل توجه برای سازمان ها منجر به رشد اقتصادی و فناورانه جامعه می شود. در مقاله حاضر ابتدا به بررسی ادبیات موضوع پرداخته و با اتاک به نتایج تحقیقات به شباهتهایی شامل نقش پشتیبانی مالی، نقش تعامل و ارتباط و انتقال، نقش مراکز و نهادها و نق نوآوری اشاره شده است و در پایان با استفاده از این نتایج به ارائه پیشنهادات کاربردی از جمله اینکه برای تجاری سازی و پیشبرد اهداف تجاری سازی تکنولوژی دانشگاه ها در نظام ملی نوآوری، ایجاد دفاتر انتقال تکنولوژی در دانشاه یا خارج از آن برای تعامل و ارتباط پویا و پشتیبانی مالی همچنین بررسی نوآوری صورت گرفته در زمینه موضوع مورد نظر را، در نظر داشته باشند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی و صادرات فن آوری، بنگاه علمی، نوآوری، کارآفرینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/217590>

