

## عنوان مقاله:

تحقیقات بازاریابی و نوآوری در سازمان

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

سمیرا هود گرزاده - دانشجوی کارشناسی ارشد علوم و تحقیقات خوزستان

عبدالهادی درزیان عزیزی - عضو هیئت علمی دانشگاه شهید چمران اهواز

## خلاصه مقاله:

دنیای امروز عصر، رقابت، تغییر، تحول و دگرگونی است. از آنجا که این تغییر و دگرگونی مهمترین ویژگی محیط، سازمان های امروزی است، همه سازمان ها برای بقا و پیشرفت و حتی وضع موجود، نیازمند اندیشه های نو و نظریات بدیع و تازه می باشند و باید جریان نوجویی و نوآوری و خلاقیت را در محیط سازمانی خود داشته باشند تا از رکود و نابودی خود جلوگیری کنند. بنابراین انعطاف پذیری برای متناسب شدن با محیط پرتلاطم کسب و کار در جهت حفظ مزیت رقابتی، یکی از چالش های اساسی فراروی مدیران امروز است. مقاله حاضر با هدف کلی بررسی راه های بارور سازی نوآوری جهت رسیدن به اهداف سازمان و شکوفایی آن تنظیم شده است. این مقاله، بدنبال بررسی مفهوم خلاقیت و نوآوری و رابطه بین تحقیقات بازاریابی و عملکرد نوآورانه در سازمان می باشد

## کلمات کلیدی:

تحقیقات بازاریابی، نوآوری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/314625>

