

عنوان مقاله:

نقش رویکردهای نوین بازاریابی در کارآفرینی (مورد مطالعه: برخی از بنگاه های اقتصادی استان یزد در اسفند ماه 1392)

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی در علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سعید خادم الحسینی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه علم و هنر یزد

محمدحسین عبدالرحیمیان - عضو هیئت علمی دانشگاه آیت الله حائری میبد

خلاصه مقاله:

بازاریابی درکسب و کار امروز یک امر ضروری است و در موقعیت سازمان ها نقش اساسی ایفا می کند. بازاریابی به فروش از طریق ویزیتوری یا تهیه آگهی های تبلیغاتی محدود نمی شود و مفهوم بسیار جامع تری دارد و به همین دلیل گفته می شود، تفکر بازار یابی باید در کلیه بخش ها و فرآیند های سازمانی نفوذ کند و مورد توجه قرار گیرد. حال اگر این بازاریابی بتواند رویکردی کار آفرینانه را در پیش گیرد، کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی، می تواند یکی از راهبردهای اصلی حل مشکلات، متنوع سازی اقتصاد و استفاده بهینه از منابع کشور باشد. در این راستا مفهوم نو ظهور بازاریابی کارآفرینانه که از تلفیق وجوه دو رشته بازاریابی و کارآفرینی در مطالعات مدیریت ناشی شده است، مطرح و مصادیق آن این پژوهش جا نمایی شده است. بنابراین تاکید این مقاله بیشتر بر ایجاد کارآفرینی از طریق بازاریابی ای است که منجر به توسعه کار آفرینی می شود. چنین دیدگاه های مختلف مربوط به رویکردهای نوین بازاریابی کارآفرینانه مورد بررسی قرار میگیرد

کلمات کلیدی:

بازاریابی، کارآفرینی، بازاریابی کارآفرینانه، توسعه کارآفرینی، رویکردهای نوین بازار یابی نوین کارآفرینانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/381810>

