

عنوان مقاله:

بررسی تحلیلی مدیر فروش و بازاریابی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

سیده ناظره سیف هاشمی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، کارشناس ناظر بیمه سازمان تامین اجتماعی استان سمنان

خلاصه مقاله:

تحقیقات - بازاریابی یکی از اجزاء اصلی علم مدیریت است. وظیفه این شاخه از دانش چنین است: تعیین، جمع آوری، تحلیل و ارائه سیستماتیک و عینی اطلاعات به منظور بهبود تصمیم گیری‌هایی که با شناخت فرصتها و حل مشکلات در بازاریابی مرتبط هستند. مدیریت بازاریابی عبارت است از تجزیه و تحلیل، طرح ریزی، اجرا و کنترل برنامه های تعیین شده برای فراهم آوردن مبادلات مطلوب با بازارهای مورد نظر به منظور دستیابی به هدف های سازمان. تاکید مدیریت بازاریابی بیشتر بر تعیین محصولات سازمان بر مبنای نیازها و خواسته های بازار مورد نظر و نیز استفاده از قیمت گذاری، ارتباطات و توزیع موثر جهت آگاهی دادن، ایجاد محرک و ارائه خدمت به بازار است. این پژوهش از نوع مروری به تشریح رابطه بازاریابی توسط تصمیمات مدیر می پردازد

کلمات کلیدی:

بازاریابی، مدیر فروش، مشتری مداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/501526>

