

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر تحقیق و توسعه بر عملکرد بازاریابی محصولات کشاورزی

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد در قرن 21 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

زهرا حقیقی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلام، کرمانشاه، ایران

سید فرهاد حسینی - گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر تحقیق و توسعه بر عملکرد بازاریابی محصولات کشاورزی می باشد. پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. و از نظر نحوه ی اجرای پژوهش توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی می باشد. در این مقاله، با مرور مطالعاتی، مدلی در حوزه ارتباط تحقیق و توسعه و ظرفیت جذب بازاریابی و عملکرد بازاریابی ارائه شد. یافته ها حاکی از آن است که ابعاد تحقیق و توسعه بر بازاریابی محصولات کشاورزی تأثیر گذار است. همچنین مدل ارزیابی شده تحقیق نیز از شاخص های برازندگی خوبی بر خوردار است

کلمات کلیدی:

تحقیق و توسعه، ظرفیت جذب، استراتژی بازاریابی، توسعه محصول جدید، استراتژی محصول

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/508788>

