

## عنوان مقاله:

تحلیل قابلیت های بازاریابی بر کارآفرینی سازمان ها

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

سیده ناظره سیف هاشمی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروز کوه

## خلاصه مقاله:

رابطه میان کارآفرینی و بازرگاری هم به صورت نظری و هم به صورت عملی در دو دهه گذشته مورد آزمون قرار گرفته است. مطابق با این تحقیقات، کارآفرینی و بازرگاری مکمل یکدیگر می باشند. به طوریکه کارآفرینی برای دستیابی به اهداف فعالیت های نوآورانه در بازار و رسیدن به موفقیت به بازرگاری نیاز دارد. بعلاوه، بازرگاری نیز برای پاسخگویی و نشان دادن واکنش سریع به فرصت های بازار نیازمند کارآفرینی است. مفهوم کسب و کار به سرمایه گذاری روی فرصتهای جدید به صورت عوامل بی نظیر یا نو آور اطلاق می شود. این خصوصیت می تواند در تولید یا ارائه خدمت در کسب و کار یا در برخی جنبه های عمل یابیمخاطره جویی مانند روش های توزیع یا رویکرد قیمت گذاری منعکس شود. این پژوهش از نوع کتابخانه و آرشیوهای اینترنتی به بررسی رابطه بازاریابی با کارآفرینی می پردازد

## کلمات کلیدی:

کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، بازاریابی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/554004>

