

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سرمایه فکری بر روی مهارت های بازاریابی مدیران در میان شرکت های پخش مواد غذایی در استان مرکز خراسان شمالی

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی فرهنگی اجتماعی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

امین الله ناظمی - دانش آموخته ارشد مدیریت اجرایی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

تورج صادقی - مدیر گروه مدیریت اجرایی و بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

## خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی رابطه سرمایه ارتباطی و سرمایه ساختاری با مهارت های بازاریابی مدیران در میان شرکت های پخش مواد غذایی در مرکز استان خراسان شمالی در طی دوره زمانی تیر 1393 تا آذر 1394 می باشد. امروزه بسیاری از سازمان ها ارزش و اهمیت سرمایه فکری را به رسمیت شناخته اند. شکی نیست که سرمایه فکری در فضای کنونی تجارت، همیشه مناقشه برانگیز بوده و ساختاری هجومی داشته است، خصوصا در سازمان های دانش بنیان که نقشی اساسی را بازی می کند. سازمان هایی که می خواهند به عنوان سازمانی موفق و رقابتی درآیند، باید به دنبال روش های بهتری برای بهبود عملکردشان باشند. سرمایه فکری منابع استراتژیکی هستند که شرکتها را قادر به ایجاد مزیت رقابتی و عملکرد برتر می نمایند. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مدیران شرکت های پخش مواد غذایی مرکز استان خراسان شمالی در سال 1393-1394 که تعداد آن ها 130 نفر است، تشکیل می دهند. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه می باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای Spss و Amos صورت پذیرفت. نتایج حاصل از تحلیل فرضیه ها نشان داد که سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای بر روی مهارت های بازاریابی مدیران تاثیر مثبت دارد.

## کلمات کلیدی:

سرمایه فکری، سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی، مهارت های بازاریابی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/554509>

