

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین عملکرد بازاریابی و مزیت رقابتی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سینا اصغری - لیسانس حسابداری دانشگاه آزاد قایمشهر

سید محمد باقر جعفری - استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری پردی سفارابی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

یک شرکت زمانی دارای مزیت رقابتی است که دارای منابع قابل اطمینان و توانایی منحصر به فرد باشد و تلفیق از آن شکل باشد و این شرکت توانایی آنرا دارد که پیشنهاد جدیدی را به بازار ارایه دهد که ارزش بیشتری از رقبا را برای مشتریان فراهم نماید. ارزیابی مزیت رقابتی شرکت مستلزم گردآوری اطلاعات درباره ادراک مشتریان از محصولات و خدمات شرکت و بررسی موقیت شرکت در بازار در مقایسه با رقبا است. این پژوهش مروری به مزیت رقابتی شرکتها در عرصه جدید می پردازد

کلمات کلیدی:

عملکرد بازاریابی، مزیت رقابتی، نوآوری سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/620584>

