

عنوان مقاله:

شناسایی و انتخاب استراتژی مناسب برای ورود به بازارهای منطقه (مورد مطالعه شرکت صنم)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

احمد رضا جزائری نوش آبادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه شاهد

کوروش پرویزیان - استادیار گروه مدیریت بازرگانی - دانشگاه شاهد

خلاصه مقاله:

یکی از دلایلی که توجه به بازارهای خارجی را برای شرکتها به خصوص شرکت صنم با اهمیت می سازد رسیدن به توسعه اقتصادی و جلوگیری از کاهش احتمالی میزان سهم بازار در آینده و کاستن از چالشهای رقابت با رقبای خارجی شرکتها به هنگام عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی است در این پژوهش با استفاده از مطالعات کتابخانه ای در ارتباط با تجارت بین المللی اصول بازاریابی مدیریت راهبردی روشهای تصمیم گیری با معیارهای چندگانه نرم افزار تحلیل سلسله مراتبی فرایندها تحقیقات میدانی در بازار هدف و شرکت صنم و تکنیکهای تعیین راهبرد بهترین بازار هدف و مناسبترین راهبرد ورود جهت شرکت صنم (تلویزیون) ارائه می شود.

کلمات کلیدی:

بازارهای منطقه - بازار هدف - آمیخته بازاریابی - راهبرد - بازاریابی و تحلیل سلسله مراتبی فرایندها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/63638>

