

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کارکردهای هوش رقابتی بر اثر بخشی استراتژی بازاریابی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در مدیریت، اقتصاد و حسابداری و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سیامک عرفانی مطلق - گروه مدیریت، پردیس علوم و تحقیقات خوزستان، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

قنبر امیرنژاد - گروه مدیریت، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر، با هدف بررسی تاثیر کارکردهای هوش رقابتی با اثربخشی استراتژی های بازاریابی در شعب بانک سپه خوزستان انجام گرفته است. این پژوهش به دلیل ماهیت موضوع، توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را کارمندان و مدیران بانک سپه خوزستان تشکیل داده اند که تعداد 205 نفر براساس فرمول کوکران نظرسنجی گردیدند. برای اندازه گیری مولفه ها از پرسشنامه هوش رقابتی و استراتژی بازاریابی گلدسون و همکاران، (2012) استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها علاوه بر استفاده از شاخص های آمار توصیفی از روش آمار استنباطی، واریانس و آزمون t تک نمونه ای استفاده شده است. کارکردهای هوش رقابتی بر استراتژی های بازاریابی تاثیر مثبت و معناداری دارد و همچنین ابعاد هوش رقابتی غیر از مفروضات زیر بنایی تاثیر مثبت و معناداری بر استراتژی های بازاریابی دارد.

کلمات کلیدی:

هوش رقابتی، استراتژی بازاریابی، فرصت های بازاری، آسیب پذیری کلیدی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/674995>

