

عنوان مقاله:

تاثیر ویژگی های فردی بر ایجاد هوش بازار یابی و مزیت رقابتی

محل انتشار:

کنفرانس مدیریت و علوم رفتاری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

منوچهر مکی - استادیار عضو هیات علمی دانشگاه طبرستان

فردخت رستمی چافجیری

فردخت رستمی چافجیری

شکوفه فتحعلی پور - دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

امروزه سازمان ها با تغییرات محیطی فراوانی مواجه اند . تغییرات آنقدر سریع رخ می دهند که اگر سازمان ها از پیش ، خود را برای مواجهه با آنها آماده نکنند ، بقای آنان در خطر خواهد بود . یکی از ابزارهای جدیدی که به سازمان ها کمک می کند در محیط پرتلاطم امروزی خود را به جایگاهی شایسته برسانند ، استفاده از هوش بازاریابی است . از آنجایی که در کشور ما هنوز درک صحیحی از مفهوم هوش بازاریابی وجود ندارد ، در بسیاری از کتب و یا محافل علمی کشور ، هوش بازاریابی را مترادف با اطلاعات بازاریابی یا تحقیقات بازار می پندارند . بنابراین این تحقیق ، توسعه ی نظریات در رابطه با هوش بازاریابی و تعیین ویژگی های فردی موثر بازاریابی به منظور دست یابی به مزیت رقابتی پایدار است . در این راستا ابتدا مروری بر مجموعه ای از شاخص های مربوط به هر یک از عوامل فردی موثر بر هوش بازاریابی در سازمان شده است . نتایج هم حاکی از آن است که ویژگی های فردی بر ایجاد هوش بازاریابی در سازمان موثر است

کلمات کلیدی:

هوش بازاریابی ، ویژگی های فردی ، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/715175>

