

عنوان مقاله:

نقش تحقیق و توسعه در کمک به بازاریابی بین المللی شرکت های تجاری

محل انتشار:

کنگره بین المللی علوم و مهندسی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

وحید آقایی - دانشجوی کارشناسی ارشد بازرگانی بین الملل

خلاصه مقاله:

تاکنون درباره ی نقش تحقیق و توسعه بر بازاریابی بین الملل، تحقیق جامع و مفصلی انجام نشده است. تحقیق حاضر در راستای چنین هدفی با استفاده از روش های اسنادی صورت گرفته است. با توجه به جهانی شدن و افزایش سطح رقابتها از سطح ملی به سطح بین المللی شرکت ها برای پیشبرد فروش خود نیاز به بازاریابی بین المللی دارند و برای موفقیت در بازاریابی بین الملل، شرکت ها نیاز به کسب مزیت های تجاری دارند که واحد های تحقیق و توسعه که به اختصار (R&D) خوانده می شود با فعالیت های علمی و تحقیقاتی خود سبب توسعه ی محصولات جدید و متمایز از رقبا شده و در سطح بین الملل، سبب پیشتازی شرکت ها می شوند. در پایان این پژوهش نیز چنین نتیجه گیری شد که فعالیتهای تحقیق و توسعه از ارکان اصلی شرکت ها برای بازاریابی بین الملل است و تبدیل به الزامی برای شرکت های امروزی شده است و شرکت ها همواره باید بر روی توسعه ی محصول خود از طریق کسب نوآوری و فناوری جدید که در قلبواحد های تحقیق و توسعه صورت می گیرد سرمایه گذاری کنند و در پایان نیز چهار راهکار برای پیشبرد بازاریابی بینالمللی از طریق واحد های تحقیق و توسعه پیشنهاد شد.

کلمات کلیدی:

تحقیق و توسعه (R&D)، بازاریابی بین الملل، نوآوری، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/755593>

