

عنوان مقاله:

توسعه محصول جدید در کسب و کار کوچک و متوسط

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت ، اقتصاد و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسنده:

سینا کسرامهر - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین الملل جلفا

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله شناسایی عوامل مدیریتی میباشد که بتوان با ایجاد راهکارهایی نویی در توسعه محصول جدید در کسب و کار کوچک و متوسط بکار برده شود و همچنین عوامل دیگری با توجه مطالعات قبلی محقق به لیست عوامل افزوده شده است و شناسایی این عوامل همچون توسعه شرکت به بازاریابی فروش محصولات تولیدی در کسب و کار کوچک و متوسط کمک کند. نتایج این تحقیق ادامه ی راه های توانمند سازی در بخش عملکرد تولید توسعهی محصول جدید در کسب و کار کوچک میباشد که به آن میپردازیم.

کلمات کلیدی:

عوامل مدیریتی- توسعه محصول- کسب کار کوچک و متوسط- عملکرد تولید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/782137>

