

## عنوان مقاله:

نقش بازارگرایی ادراکی در موفقیت سازمان

## محل انتشار:

کنفرانس ملی مطالعات نوین اقتصاد، مدیریت و حسابداری در ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

نجمه السادات ناصحی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

محمد جلال کمالی - عضو هیات علمی بخش مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

## خلاصه مقاله:

بررسی های دقیق عوامل سازمانی در موفقیت سازمان موجب می گردد مکانیزم های بهبود نیروی انسانی ارزیابی گردیده و شیوه ارتقاء موفقیت سازمان مورد بحث قرار گیرد. پژوهش حاضر مطالعه ای نو است که به بررسی رابطه ی متغیر بازارگرایی ادراکی و موفقیت سازمانی می پردازد، چرا که نتایج حاصل از پژوهش حاضر می تواند در جهت ارتقاء بازارگرایی ادراکی و موفقیت سازمانی به اجرا درآید و قابل استفاده برای کلیه کارکنان و پرسنل در ادارات و سازمان ها باشد. در این راستا پژوهش حاضر قصد دارد تا به پیروی از مطالعات پیشین به بررسی رابطه بازارگرایی ادراکی و موفقیت سازمانی به صورت توصیفی و کیفی بپردازد

## کلمات کلیدی:

بازارگرایی، بازارگرایی ادراکی، موفقیت سازمانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/797645>

