

عنوان مقاله:

راهبردهای منبع مزیت رقابتی پایدار در هزاره سوم با توجه به راهبردهای کسب و کار و بازاریابی در سازمان

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مریم اخوان خرازیان - استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی

سیده سمیرا هاشمی - کارشناسی مدیریت دولتی، دانشگاه شهید بهشتی

خلاصه مقاله:

واحدهای کسب و کار کنونی به دلیل کم توجهی به محیط رقابتی و نداشتن استراتژی دقیق و مدون جهت مقابله با این شرایط، با مشکلاتی روبه رو می شوند و تنها سازمان هایی می توانند مزیت رقابتی پایدار داشته باشند که با سرعت بالا پاسخگوی نیازهای بازار و مشتریان باشند. ویژگی های سازمان بازاریابی و ارتباط آنها با اجرای استراتژی، نقطه تمرکز تحقیقات در طول سه دهه اخیر بوده است. این ویژگی ها شامل ساختار، فرهنگ، فرآیندها، نفوذ و رهبری سازمان بازاریابی در میان دیگران است. امروزه مدیریت منابع انسانی، ایفاگر نقشی کلیدی در راستای بهبود اثربخشی و رقابت پذیری سازمان ها است، با این حال توجه کمی به قنش سیاست های مدیریت منابع انسانی در خصوص بازاریابی شده است. شرکت هایی که استراتژی هاس بازاریابی و کسب و کار را هم تراز می کنند به طور قابل توجهی نمرات عملکرد کلی بالاتری نسبت به کسانی که استراتژی های کسب و کار و بازاریابی شان هم تراز نیست، دارند. در این پژوهش پیوندهای بازاریابی و استراتژی های مدیریت منابع انسانی و همچنین سهم چنین ارتباط هایی را در توسعه یک موقعیت از مزیت رقابتی بررسی شد.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی، استراتژی کسب و کار، استراتژی بازاریابی، استراتژی منابع انسانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/828476>

