

## عنوان مقاله:

نقش و تاثیر استراتژی های بازاریابی بر تجارت بین الملل (مطالعه موردی: منطقه اقتصادی بندر نوشهر)

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

مجتبی زورمند باغبان - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

سهیلا بقایی صفت - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

رحیم رستمی - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش و تاثیر استراتژی های بازاریابی بر تجارت بین الملل انجام پذیرفت. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده ها، توصیفی - پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه مدیران، سرپرستان و کارشناسان منطقه اقتصادی بندر نوشهر تشکیل داده اند که براساس فرمول کوکران 108 نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. برای دسترسی به نمونه در این تحقیق، از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه های بود. برای تجزیه و تحلیل آماری یافته ها، از نرم افزار spss استفاده شده است نتایج تحقیق نشان داد که استراتژی های بازاریابی بر تجارت بین الملل تاثیر معنی داری دارند و همچنین استراتژی های رهبری هزینه، تمرکز و تمایز با سطح معنی داری کمتر از 0/05 تاثیر معناداری بر تجارت بین الملل داشته و با 67.8 درصد 61.3 درصد و 49.6 درصد بر تجارت بین الملل موثر می باشند.

## کلمات کلیدی:

استراتژی، استراتژی های بازاریابی، تجارت بین الملل

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/836567>

