

## عنوان مقاله:

بررسی نقش تبلیغات و زنجیره تامین در استارتاپ ها

## محل انتشار:

چهارمین همایش بین المللی افق های نوین در علوم انسانی و مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

مراد کردی - استادیار، دانشگاه پیام نور، مرکز کرج، ایران.

مهیار رهامی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور، مرکز کرج، ایران.

فروغ علی مددی - کارشناسی ارشد مدیریت. ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه تعداد بی شماری از کسب و کارهای جدید، نوآورانه و دانش محور در حوزه های مختلف در حال ظهور هستند. از طرفی یکی از حوزه های زنجیره تامین که توجه مدیران را به خود جلب کرده و چالش عمده ای برای کسب و کارها به حساب می آید بخش فروش استز تبلیغات به عنوان یکی از مهم ترین عناصر ارتباطی، نقشی شگرف را در جهت موفقیت کسب و کارها خصوصا استارتاپ هایی دارند که نوپا هستند و به بخش تبلیغات و زنجیره تامین توجه ای ندارند. در این مقاله ابتدا با ارایه تعاریفی از تبلیغات و زنجیره تامین و سپس بیان پیشینه تحقیق سعی داریم تا ابعاد مختلف و متنوع این دو متغیر را تشریح کنیم و به معرفی جایگاه و تاثیری که هر یک بر استارتاپ ها می گذارند، می پردازیم.

## کلمات کلیدی:

تبلیغات، زنجیره تامین، کارآفری و استارتاپ

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/849267>

