

## عنوان مقاله:

شناسایی سنجه های مزیت ساز بازاریابی به منظور حضور موفق کالاهای ایرانی

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی، کارآفرینی و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

مرضیه نصیری - دانشجوی MBA

محمد مهدی اشرفیان رهقی

## خلاصه مقاله:

برای کشورهای جهان سوم و به خصوص کشور ما ورود به بازارهای بین المللی و استفاده از فرصتها، لازم و ضروری است. یافتن مشتری و مصرف کننده در آن سوی مرزهای داخلی را باید عامل تعیین کننده حیات صنعت و بقای آینده آن دانست. در این تحقیق نقش گسترش جهانی سازی 3 بازارها را بررسی میکنیم و از تاثیرات آنها بر توسعه اقتصاد مطلع میشویم. روشهای نوین بازاریابی و ورود به بازارهای داخلی و خارجی را تحلیل میکنیم و چالشهای استفاده از شرکتهای دانش بنیان 4 را در شرکتهای و سازمانهای کوچک مورد بحث قرار میدهیم. و در آخر با توجه به تحقیقات و پژوهشهای انجام شده به بررسی و نتیجه گیری خواهیم پرداخت و راهکارهایی در این زمینه پیشنهاد میکنیم.

## کلمات کلیدی:

بازارهای بین المللی، بازاریابی، صادرات و واردات، جهانی سازی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/920330>

