

## عنوان مقاله:

ارزیابی اثرگذاری ویژگیهای شخصیتی مدیران سازمانها بر ایجاد هوش بازاریابی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در علوم انسانی، مدیریت و معارف اسلامی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

ذوالفقار عباسی فر - گروه مدیریت، واحد سپیدان، دانشگاه آزاد اسلامی، سپیدان، ایران

فرشته مصطفوی - گروه مدیریت، واحد سپیدان، دانشگاه آزاد اسلامی، سپیدان، ایران

## خلاصه مقاله:

هوش بازاریابی یک فاکتور مهم استراتژی سازمان و کلید موفقیت در بازار است. هوش بازاریابی، اطلاعات هر روزه درباره تغییرات در محیط بازاریابی است که به مدیران در آماده سازی و تطبیق برنامه های بازاریابی کمک می کند. از آنجا که رقابتی شدن صنایع کشور در حال شکل گیری است لذا موضوع هوش بازاریابی با توجه به بدیع بودن آن در کشور اهمیت بیشتری پیدا می کند. از اینرو هدف این تحقیق، تعیین ویژگی های فردی موثر بر هوش بازاریابی می باشد، که داده ها از طریق پرسشنامه جمع آوری شده و از تکنیک های کمی و کیفی آماری برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است

## کلمات کلیدی:

هوش بازاریابی، سازمان، ویژگی های شخصیتی، مدیران سازمان.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/967519>

