

## عنوان مقاله:

رابطه بین هوش فرهنگی و مدیریت بازاریابی در فروش محصولات و خدمات شرکت های شهرک صنعتی شیراز

## محل انتشار:

فصلنامه جهان نوین، دوره 2، شماره 7 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

آرزو صالحی فر - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران

پوریا فرح گل - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، شیراز، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و مدیریت بازاریابی در فروش محصولات، خدمات شرکتهای شهرک صنعتی شیراز میباشد محصول یا خدمتی که در یک شرکت طراحی و تولید میشود، شاید در 10 سال کشور دیگر تولید شود و در بیش از حد کشور به فروش برسد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع آوری داده ها از نوع توصیفی- پیمایشی است و از آنجایی که محقق به دنبال بررسی رابطه بین دو مولفه است این پژوهش از نوع تحقیق های همبستگی است. در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه و انتخاب 40 مدیر که نسبت به بقیه با برند معروف تر بودند به عنوان جامعه و بر اساس جدول مورگان 36 نفر به عنوان نمونه و به روش نمونه گیری تصادفی ساده مورد آزمون قرار گرفتند و با استفاده از پرسشنامه و توزیع آن بین 36 مدیر شرکتهای شهرک صنعتی شیراز دریافتیم که هوش فرهنگی و ابعاد چهارگانه آن با مدیریت بازاریابی در فروش محصولات و خدمات این مجموعه به ترتیب با ضریب پیرسون قابل قبول و نرم افزار 0/890، 0/841، 0/683، 0/732، 0/850، SPSS، رابطه معناداری دارند.

## کلمات کلیدی:

هوش فرهنگی، ابعاد چهارگانه هوش فرهنگی، مدیریت بازاریابی، فروش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/992974>

