

## عنوان مقاله:

بررسی و تحلیل تحقیقات در حوزه مدیریت بازاریابی در ایران

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

غلامرضا جندقی - دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

حمیدرضا ایرانی - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

احمد افخمی - کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات و مدرس

## خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی وضعیت تحقیقات صورت گرفته درحوزه مدیریت بازاریابی در چند سال اخیر است خلا وجود تحقیقی که جهت دهی تحقیقات اخیر را نشان دهد و همچنین حوزه های مهمی را که مورد غفلت و کم توجهی قرار گرفته اند را به محققین و اساتید متذکر شود بیش از پیش احساس می شود علاوه بر این تلاشهای دانشگاههای مختلف نیز به صورت جامع و مقایسه ای مورد عنایت و توجه قرار نگرفته بود برای انجام انی مهم ابتدا مدل جامعی که تمام فضای مدیریت بازاریابی را در بر داشته باشد تهیه و مورد بررسی برخی خبرگان این حوزه قرار گرفت در مرحله بعد اطلاعات 340 مقاله پذیرفته شده دآوری شده از 21 کنفرانس داخلی در حوزه مدیریت بازاریابی از سالهای 1384 تا تابستان 1388 شامل عنوان مقاله، نام محققین، جنسیت، تحصیلات، آخرین محل و رشته تحصیلی دانشکده های اعضای هیئت علمی، کلمات کلیدی و همچنین نام و سال کنفرانس گردآوری شد و سپس با توجه به عنوان و کلمات کلیدی هر مقاله به حداکثر 3 حوزه مدل تخصیص داده شد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت بازاریابی، فرایزوهش، خلا تحقیقاتی، آمار توصیفی، نقشه بازاریابی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/99452>

