

عنوان مقاله:

بازاریابی و کار آفرینی: مفاهیم، رویکردها و فرصت های پیش روی بازاریابان

محل انتشار:

اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

علی صناعی - استاد، بازاریابی و تجارت الکترونیک

محمد رضا جلیوند - کارشناس ارشد، بازاریابی

فرهاد ابراهیم آبادی - کارشناس ارشد، علوم تربیتی

ندا سمیعی - کارشناس ارشد، اقتصاد

خلاصه مقاله:

کار آفرینی پدیده ای رو به رشد در بازارهای رقابتی می باشد. بازاریابی و کار آفرینی در گذشته به صورت دو حوزه متفاوت، مورد مطالعه و بررسی قرار می گرفت. اخیراً شناخت روزافزون اهمیت نوآوری و کار آفرینی در حوزه بازاریابی منجر به ترکیب این دو مقوله تحت عنوان بازاریابی کار آفرینی شده است. هدف مطالعه حاضر، بررسی دیدگاه های موجود در زمینه کار آفرینی، تفاوت های موجود میان شرکت های کار آفرین و شرکت های کوچک، فرآیندهای بازاریابی کار آفرینی، عوامل تعیین کننده کار آفرینی و کاربرد مفاهیم آن در حوزه بازاریابی و در پایان فرصت های پیش روی بازاریابان می باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، کار آفرینی، نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/108240>

