

عنوان مقاله:

بازاریابی کلید ورود به کارآفرینی

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

شهرام ایزدی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زرقان

خلاصه مقاله:

شرکتهای امروزی با رقابت شدید و فزایندهای روبرو هستند و پاداش از آن شرکتی است که بتواند به بهترین نحو ممکن خواستههای مشتریان را درک و بالاترین منفعت را برای مشتریان تامین کند و این میسر نیست مگر با آگاهی از علم بازاریابی و استفاده صحیح از این علم، زیرا بازاریابی آغاز و انجام تمامی تلاش ها برای تولید محصولات و ارائه خدمات به جامعه است. علم بازاریابی مفاهیم بسیار گسترده و متنوعی را دربر می گیرد. بازاریابی در قاموس بازرگانی امروز جهان، طیف وسیعی از کلیه عملیات، تحقیقات، تولید، توزیع و تامین رضایت مصرف کننده است و هم از این رو موسسات بزرگ تولیدی و تجاری در دنیا بیشترین مساعی خود را مصروف امور بازاریابی مینمایند و این مهم فقط با کمک از روشها و رویکردهای علمی بازاریابی میسر می گردد. در این مقاله تلاش شده تا با تعاریف از نیازها، خواسته، تقاضا، کالا(محصول)، مبادله، معامله، بازار به مفهوم بازاریابی برسیم سپس ابعاد گوناگون این علم مورد بررسی قرار گرفته و انواع بازاریابی مورد تجزیه و تحلیل قرار میگیرد و به تعریف و بررسی مدیریت بازاریابی و انواع تقاضا و فلسفه های متداول بازاریابی پرداخته شده است و در پایان انواع آمیخته بازاریابی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در واقع این مقاله کوششی است جهت آشنایی با مفاهیم و نکات برجسته و کاربردی در بازاریابی که هر کارآفرینی و صاحب صنعتی برای ورود موفق به بازار بایستی با آنها آشنایی کامل داشته باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، مدیریت بازار، فلسفه های بازاریابی، آمیخته بازاریابی، کارآفرینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/108402>

