

عنوان مقاله:

واکاوی ارتباط بین بازاریابی و کار آفرینی

محل انتشار:

دومین همایش علمی پژوهشی یافته های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

ناصر شاهنازیان - دانش آموخته رشته مدیریت اجرایی از دانشگاه آزاد بناب و مدرس دانشگاه آزاد و دانشگاه جامع علمی کاربردی
(نویسنده مسئول)

کاظم صلاحی راد - دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی از دانشگاه آزاد تبریز

محمدرضا بذلی - دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

فرشته صالحی پورمهر - دانش آموخته رشته مدیریت مالی از سازمان مدیریت صنعتی آذربایجان

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 میگرفت. اخیراً شناخت روزافزون اهمیت نوآوری و کار آفرینی در حوزه بازاریابیمنجر به ترکیب این دو مقوله تحت عنوان بازاریابی کار آفرینی شده است. هدف مطالعه حاضر، بررسی دیدگاه هایموجود در زمینه کار آفرینی، تفاوت های موجود میان شرکت های کار آفرین و شرکت های کوچک، فرآیندهای بازاریابیکار آفرینی، عوامل تعیین کننده کار آفرینی و کاربرد مفاهیم آن در حوزه بازاریابی و در پایان فرصت های پیش رویبازاریابان می باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، کار آفرینی، نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/467725>

