

عنوان مقاله:

نوآوری سازمانی و بازاریابی سازمان: ابعاد، راهکارها و چالش های فراوری آنها

محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی (سال: ۱۳۹۱)

تعداد صفحات اصل مقاله: ۱۸

نویسندگان:

ابوالقاسم عربیون - عضو هیات علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

محمد پیران - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

ابراهیم میرزایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

عامر دهقان نجم آبادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

باتوجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی تکنولوژیکی و... در عصر حاضر سازمانهایی موفق و کارآمد محسوب می شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی ها را نیز در آینده پیش بینی کرده و قادر باشند این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده ای بهتر هدایت کنند لذا با توجه به اهمیت موضوع در پژوهش حاضر به بررسی مفهوم نوآوری سازمانی و بازاریابی سازمان اهمیت و ضرورت آنها مولفه ها چالشها و ارایه راه کارهایی جهت چگونگی اجرا و توسعه آن در سازمانها پرداخته شده است و روش انجام پژوهش تحلیل اسنادی و مبتنی بر ادبیات نظری بوده و به منظور گردآوری داده ها جهت پاسخگویی به سؤالات پژوهش اسناد و مدارک موجود و مرتبط گردآوری شده و به شیوه کیفی تحلیل گردیده اند نتایج نشان میدهد که چالشهای فراوری نوآوری سازمانی عبارتند از موانع مدیریتی موانع فرهنگی فقر تخصصی و آموزشی کمبود منابع مالی موانع انسانی و ... همچنین نتایج نشان داد که راه کارهایی برای توسعه بازاریابی و نوآوری سازمانی عبارتند از اعتماد به کارکنان حمایت سازمانی ارزشمند شدن کارکنان وجود شبکه ارتباطی سالم

کلمات کلیدی:

نوآوری سازمانی، بازاریابی سازمان، چالشهای نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/۱۸۹۴۴۸>