

عنوان مقاله:

سبک ها و روش های نوین در مدیریت بازاریابی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

احسان حسینی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنج

خلاصه مقاله:

دنیای امروزی دنیای تحولات و تغییرات مداوم و عصر عدم تداوم هاست که بر سازمان ها تاثیر عمیقی دارند. لذا ضرورت دارد سازمان بصورت مستقیم یا غیرمستقیم برای حفظ، بقا و تداوم حیات خود با تغییراتی که سازمان را با تهدید مواجه می نمایند تطبیق یابد. نظام سلامت نیز از این قاعده مستثنی نیست و بدون تغییر، مدیریت این نظام قادر نخواهد بود سازمان را مطابق با آنچه اهداف سیاست های سلامتی ایجاد می کند تغییر داده و متحول سازد. در این مقاله که به صورت مروری می باشد به ارائه سبک ها و روش های نوین در مدیریت بازاریابی در عصر تکنولوژی پرداخته و در پایان به چند پیشنهاد خاتمه می یابد.

کلمات کلیدی:

فرهنگ، مدیریت، بازاریابی، سبک، روش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/285214>

