

عنوان مقاله:

ساختار نهادی و کار آفرینی

محل انتشار:

همایش بین المللی افق های نوین در مهندسی برق، مکانیک و صنایع (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

سید کامران یگانگی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان گروه مهندسی صنایع زنجان ایران

مریم بیگ پورتنها - دانشجوی دوره دکتری بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان

خلاصه مقاله:

این مطالعه چهارچوب مفهومی یکپارچه ای را برای توضیح کارآفرینی به عنوان یک پدیده اجتماعی پیشنهاد می کند. اهداف این کار این بود که چگونگی شکل گیری مفاهیم متفاوت کارآفرینی با زمینه های مختلف را تجزیه و تحلیل کند. مقایسه دو خوشه فناوری ارتباطات و اطلاعات نشان می دهد که بازاریابی بر هر دو چشم انداز فردی و شبکه ای تکیه دارد. نتایج مشخص کرد که چگونه بازاریابی شبکه ای موفقیت بیشتری دارد و نوآوری بیشتری را نسبت به بازاریابی انفرادی، بویژه در بحران اقتصادی رواج می دهد.

کلمات کلیدی:

خوشه ، کارآفرینی همکاری، شبکه کارآفرینی ، زمینه سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/901803>

