



همایش بین المللی مدیریت

International Conference on Management

تاثیر مدیریت بازاریابی استراتژیک بر روابط کسب و کار

فهیمة جاویدان ، صغری قبادی ، آیت کریمی باغملک

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات خوزستان

۲. دکتری مدیریت بازرگانی

۳. دکتری روان شناسی

چکیده :

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تاثیر مدیریت بازاریابی استراتژیک بر روابط کسب و کار، در صنعت ملی پتروشیمی واقع در بندر ماهشهر می باشد. در این پژوهش، به بررسی تحقیقات بازاریابی تامین کنندگان صنعتی و برنامه ریزی استراتژیک آنها و برنامه ریزی جامع آنها و تاثیر این عوامل بر روابط و محیط کسب و کار می پردازد. برای اجرای این پژوهش از ابزار پرسش نامه استفاده شد که برای بررسی این شاخص ها و عوامل موثر تعداد ۱۶۹ نفر از کارکنان و مدیران ارشد و مشاوران شرکت های فعال در صنعت ملی پتروشیمی به طور تصادفی انتخاب شدند. بعد از جمع اوری و تحلیل نتایج نشان داد که تحقیقات بازاریابی و برنامه ریزی استراتژیک و برنامه ریزی جامع تاثیر معناداری بر روابط کسب و کار دارند. برای بررسی داده ها و فرضیه های آماری از SPSS شد که از رگرسیون و آزمون t تک نمونه ای و آزمون اسپیرنوف برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد.

کلید واژه: مدیریت بازاریابی استراتژیک - روابط کسب و کار - مدیران ارشد پتروشیمی

Review:

The main objective of the present study examines the impact of marketing management, strategic business relationships , industry NPC is located in Bandar_e_mahshahr . This study examines the marketing research industry suppliers and their strategic planning and comprehensive planning , and the impact of these factors on the relationship between environment and business deals. After collecting and analyzing the results of the marketing research and strategic planning and comprehensive planning have a significant influence on business relationships . Spss for data analysis and statistical assumptions of the single-sample t test and regression analysis were used to test Aspynrvf .