

عنوان مقاله:

تبیین نقشه جامع همکاری های سه جانبه بر پایه الگوی تخصصی گرایشی بخش بندی بازار

محل انتشار:

دوازدهمین کنگره سراسری همکاریهای دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 37

نویسندگان:

محمد رضا حمیدی زاده

روح ا... شریفی

خلاصه مقاله:

تهیه نقشه برای تدوین همکاری های سه جانبه صنعت، دانشگاه و دولت مرحله نوینی را پیش روی نقشه جامع علمی کشور می گشاید. از رویکردهای قابل بهره گیری در زمینه، الگوهای بخش بندی بازار است. بنابراین، هدف این مقاله آشنایی و بهره گیری از این محک زنی هاست. در زمینه فرایند، بخش بندی بازار نظریات گوناگونی توسط اندیشمندان رشته بازار یابی مطرح گردیده است که علی رغم اختلاف آنها در تعداد و چگونگی مراحل فرایند بخش بندی، این فرایند را شامل سه گام اصلی می دانند: بخش بندی، هدف گذاری و موضع یابی. در این مقاله به بررسی دو رویکرد اصلی در زمینه فرایند بخش بندی بازار برای الگو سازی تعاملات دانشگاه و صنعت می پردازیم. مطالعه موردی که در این مقاله مورد بررسی قرار گرفته است در حوزه بازار مصرف کنندگان صنعت خودروهای سواری است که با استفاده از یک رویکرد 7 مرحله ای و با بررسی 150 نفر از مصرف کنندگان این بازار، به بخش بندی بازار صنعت خودروهای سواری پرداخته است. تجزیه و تحلیل داده های این پژوهش منجر به شناسایی و تعیین 7 بخش نهایی در حوزه این بازار گردید.

کلمات کلیدی:

موضع یابی، نقشه جامع همکاری ها، جذابیت بازار، توان بازاریابی، نقشه برداری مفهومی، نقشه بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/63844>

