

حوزه های بازاریابی و توسعه به لحاظ مدیریت دانش

هدف: بررسی حوزه های بازاریابی و توسعه به لحاظ مدیریت دانش در سازمان هایی که از چندین شرکت تشکیل شده اند.^۱

نحوه تکمیل: میزان کاربرد رویه های مدیریت دانش را در هریک از موارد زیر با توجه به طیف مشخص کنید.

| خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | خیلی کم | |
|-----------|------|-------|----|---------|--|
| | | | | | ۱- آغاز به تولید کالای جدید |
| | | | | | ۲- سیاست قیمت گذاری و تبلیغاتی مشترک |
| | | | | | ۳- وجود سبک خانگی در کل گروه |
| | | | | | ۴- توسعه شبکه های تجاری و توزیع مشترک |
| | | | | | ۵- بهبود تصویر اعضای گروه |
| | | | | | ۶- ورود به بازارهای داخلی جدید |
| | | | | | ۷- بهبود سیاست قیمت گذاری |
| | | | | | ۸- بهبود خدمات فروش |
| | | | | | ۹- شروع به تولید کالاهای جدید |
| | | | | | ۱۰- به کارگیری تکنولوژی های جدید |
| | | | | | ۱۱- برقراری تماس های تجاری با شرکای خارجی |
| | | | | | ۱۲- استاندارد کردن پیشنهادات به بازار |
| | | | | | ۱۳- افزایش درآمدهای فروش |
| | | | | | ۱۴- تقویت جایگاه رقابتی در بازارهای داخلی |
| | | | | | ۱۵- سازماندهی فرآیند تحقیق و توسعه |
| | | | | | ۱۶- همکاری خارجی و پیروزی در بازارهای جدید |
| | | | | | ۱۷- توسعه تحقیقات در زمینه بازار |
| | | | | | ۱۸- بهبود توزیع |
| | | | | | ۱۹- تحقیقات مشترک در زمینه بازار |

1. Jan Chadam, Zbigniew Pastuszak, "Marketing aspects of knowledge-based management in groups of companies: case of Poland", **Industrial Management and Data Systems**, Vol. 105, No. 4, 2005.

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | - توسعه مشترک محصول ۲۰ |
| | | | | | - ورود به بازارهای خارجی جدید ۲۱ |
| | | | | | - توسعه تلاش های تبلیغاتی ۲۲ |
| | | | | | - ایجاد تنوع در عملیات گروهی ۲۳ |
| | | | | | - بهبود فرآیندهای تحقیق و توسعه ۲۴ |
| | | | | | - استراتژی مشترک توسعه کسب و کار ۲۵ |
| | | | | | - تقویت جایگاه رقابتی در بازارهای خارجی ۲۶ |
| | | | | | - تهیه وسایط نقلیه فروش جدید ۲۷ |

امتیازدهی:

- برای هر گزینه خیلی کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴ و خیلی زیاد ۵ امتیاز در نظر بگیرید.
- مجموع امتیازات خود را محاسبه کنید و در اینجا بنویسید:
- امتیاز ۱۳۵ - ۹۵: نشان می دهد که رویه های مدیریت دانش در حوزه های بازاریابی و توسعه مورد استفاده قرار می گیرد.
 - امتیاز ۹۵ - ۵۵: نشان می دهد که رویه های مدیریت دانش تا حدودی در حوزه های بازاریابی و توسعه مورد استفاده قرار می گیرد.
 - امتیاز زیر ۵۵: نشان دهنده عدم استفاده از رویه های مدیریت دانش در حوزه های بازاریابی و توسعه می باشد.