



Recognize the key factors of brand innovation in market performance in knowledge base companies (case study of park campus) [

2017

text (article)

Analítica

Hoy en día, la mayoría de las organizaciones consideran la innovación como una ventaja competitiva y saben que esta gestión es de gran importancia. Incluso los teóricos creen que la innovación es la clave para la supervivencia de la organización y su internacionalización. Teniendo como base en el desarrollo del concepto de características y sabiendo que la percepción del consumidor se ve afectada por la estrategia de marketing combinado, la innovación de marca se utiliza como la tendencia de una marca de interacción para apoyar las nuevas ideas, novedad, prueba y procesos creativos. Basado en la importancia del tema, el presente estudio tiene como objetivo analizar el método de participación de marca en innovación con el desarrollo de una fuerte identidad de marca y nuevos métodos de conexión con los mercados cambiantes y necesidades emergentes de clientes e índices funcionales que conducen a la maximización del valor agregado para la innovación. La población de estudio son todos los mejores expertos y los gerentes de empresas basadas en el conocimiento, de los cuales 250 personas del sector de la salud son seleccionadas al azar. Los datos requeridos se recogieron a través de 151 cuestionarios que se diligenciaron completamente. El cuestionario aplicado es estándar y está diseñado con base en la escala de Likert. Para evaluar su validez, además de utilizar la validez del contenido a través de los expertos, se aplicó el análisis factorial confirmatorio y se calculó su fiabilidad a través del alfa de Cronbach. La metodología de estudio se aplica en términos de propósito y es descriptiva en términos de método. Para analizar los datos, se utilizó el método de ecuaciones estructurales. Los resultados del estudio mostraron que la relación entre el aprendizaje organizacional y la internacionalización para el rendimiento del mercado se equilibró con la innovación de la marca y mostró que las complejas relaciones de equilibrio bajo condiciones de innovación de la marca eran

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzQyNjAzOTg>

Título: Recognize the key factors of brand innovation in market performance in knowledge base companies (case study of park campus) electronic resource]

Editorial: 2017

Tipo Audiovisual: Administración Innovación Marca Equidad de marca Desempeño de mercado Aprendizaje de organización Internacionalización Tendencia de mercado

Documento fuente: QUID: Investigación, Ciencia y Tecnología, ISSN 1692-343X, N°. 1, 2017, pags. 247-257

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: LICENCIA DE USO: Los documentos a texto completo incluidos en Dialnet son de acceso libre y propiedad de sus autores y/o editores. Por tanto, cualquier acto de reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación total o parcial requiere el consentimiento expreso y escrito de aquéllos. Cualquier enlace al texto completo de estos documentos deberá hacerse a través de la URL oficial de éstos en Dialnet. Más información: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI> | INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS STATEMENT: Full text documents hosted by Dialnet are protected by copyright and/or related rights. This digital object is accessible without charge, but its use is subject to the licensing conditions set by its authors or editors. Unless expressly stated otherwise in the licensing conditions, you are free to linking, browsing, printing and making a copy for your own personal purposes. All other acts of reproduction and communication to the public are subject to the licensing conditions expressed by editors and authors and require consent from them. Any link to this document should be made using its official URL in Dialnet. More info: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI>

Lengua: English

Enlace a fuente de información: QUID: Investigación, Ciencia y Tecnología, ISSN 1692-343X, N°. 1, 2017, pags. 247-257

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es