

به استناد و بر مبنای نتایج حاصل از این پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت که در میان دانشجویان رشته مدیریت، آشنایی با مفاهیم و اهمیت بازاریابی در سطح متوسطی قرار دارد. با این حال، نیاز به آموزش و ترویج بیشتر مفاهیم بازاریابی در میان دانشجویان مدیریت احساس می‌شود. پیشنهاد می‌گردد که مراکز آموزشی و پژوهشی در زمینه بازاریابی، اقدام به برگزاری کارگاه‌ها، سمینارها و دوره‌های آموزشی در این زمینه نمایند تا دانشجویان بتوانند با مفاهیم و کاربردهای بازاریابی در سطح بالاتری آشنایی پیدا کنند.

[illegible]

۱۰۰۰