

عنوان مقاله:

تجارت الکترونیکی، فرصت ها، چالش ها، و موانع و استراتژی های مؤثر

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

حسن سلطانی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات فارس

مژگان سینائی نوبندگانی - دانشجوی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات فارس

هادی عباسی - دانشجوی ارشد فناوری اطلاعات - تجارت الکترونیک دانشگاه شیراز

نگار رسام - دانشجوی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات فارس

خلاصه مقاله:

اینترنت و فناوری های مربوط به آن بر تجارت تأثیر زیادی گذاشته است به نحوی که حتی شیوه های ارزیابی تجارت را دگرگون ساخته است. حال این تأثیرات می تواند مفید یا مضر باشد. آنچه که در این زمینه اهمیت دارد درک صحیح از میزان تأثیر این فناوری بر کسب و کار سازمان و داشتن برنامه راهبردی مناسب برای استفاده از فرصت ها و دفع تهدیدات است. در این مقاله سعی بر آن است که تجارت الکترونیک فرصت های پیش روی آن چالش های مربوط مورد بررسی قرار گیرد و با بررسی لزوم بکارگیری فناوری اطلاعات در توسعه بازاریابی براساس تحلیل SWOT بستر مناسبی برای مطالعات گسترده تر در این زمینه فراهم شود.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیکی، بازاریابی، استراتژی، SWOT، آمیخته بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/261219>

