

عنوان مقاله:

تبیین استراتژی بازاریابی در فضای کسب و کار الکترونیکی

محل انتشار:

همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت: کسب و کارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش بنیان (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 2

نویسنده:

ابراهیم مهاجر - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی مدرس گروه مدیریت دانشگاه پیام نور مرکز الیگودرز

خلاصه مقاله:

امروزه فناوری اطلاعات نقش بسیار مهمی در دنیای تجارت دارد. فناوری اطلاعات در بسیاری از شئون زندگی اجتماعی و سازمانی رسوخ کرده است. با ظهور اینترنت و فناوری های مختلف اطلاعاتی و ارتباطی، مدل های کسب و کار برای کسب مزیت رقابتی را تغییر داده است و کسب و کارهای الکترونیک را به عنوان ابزار ارزشمندی برای ایجاد روابط پایدار و مستحکم با مشتریان و نیروهای بازار تبدیل کرده است. در این بین یکی از پرجاذبه ترین زمینه ای کاربرد فناوری اطلاعات، کسب و کار الکترونیکی است. توسعه کسب و کار الکترونیکی و تأثیری که بر مزیت های رقابتی سازمان ها و کشورهای جهان داشته است، نقش این ابزار را در توسعه اقتصادی تاحد زیادی نمایان می سازد. بهره مندی از این ابزار در ارتقای توسعه اقتصادی در کشور، مستلزم برنامه ریزی هماهنگ علمی در راستای توسعه منسجم و یکپارچه آن می باشد

کلمات کلیدی:

کسب و کار، کسب و کار الکترونیکی، بازاریابی، استراتژی، سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/306740>

