

عنوان مقاله:

اینترنت و بازاریابی

محل انتشار:

همایش بین المللی سالانه افق های نوین در مهندسی برق، کامپیوتر و مکانیک (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

امیرعلی نیک آیین - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیک

خلاصه مقاله:

بازاریابی به معنای برآورده کردن نیاز مشتری می باشد و در آن نظام بازار شناسایی و مبادله ی مطلوب انجام می گیرد. بازاریابی انواع مختلفی دارد که از مهمترین آن ها می توان به بازاریابی تجاری و بازاریابی حضوری اشاره کرد. در این مقاله، بعد از تعاریف بازاریابی به اینترنت و بازاریابی اشاره می شود. که شامل: آمیخته ی بازاریابی اینترنتی، طبقه بندی محصولات و خدمات در اینترنت، بازاریابی اینترنتی و ایجاد ارزش، مزایای بازاریابی اینترنتی، معایب بازاریابی اینترنتی و در نهایت تفاوت بازاریابی اینترنتی و سنتی می باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، اینترنت، بازاریابی اینترنتی، بازاریابی سنتی،

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/845878>

