

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی تجارت اینترنتی در حوزه خدمات

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی یافته های نوین علوم و تکنولوژی با محوریت علم در خدمت توسعه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سونیا دادسروش - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

زهرا افشار - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

جعفر زمانی نجف آبادی - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

سالار طاهری خرم آبادی - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

سالهای زیادی از پیدایش مفهوم بازاریابی و استفاده از آن برای جلب نظر مخاطبین گذشته است. امروزه کمتر سازمانی را میتوان یافت که با مفاهیم مرتبط با بازاریابی بیگانه بوده و دغدغه جلب نظر مشتری را نداشته باشد. کسب و کار مجازی و تجارت الکترونیک به سرعت در اقتصاد امروز رشد و گسترش یافته و فرصتی مناسب برای کسب و کارهای نوپا جهت مطرح نمودن ایده های خلاقانه به شمار می رود. به دلیل گستره وسیع کاربران از اینترنت، امکان تبلیغات در حوزه خدمات و محصولات و تجارت الکترونیک در سراسر جهان میسر شده است. در مقاله حاضر سعی شده است تاثیر بازاریابی الکترونیکی در حوزه خدمات مورد بررسی قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیکی، بازاریابی، کیفیت خدمات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1039008>

