

## عنوان مقاله:

مطالعه تاثیر مقبولیت فناوری اطلاعات بر چابکی سازمانی مورد مطالعه: پنج شرکت تبلیغاتی منتخب)

## محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

عرفان پهلوان نشان - دیجیتال مارکتر، محقق و پژوهشگر آزاد

## خلاصه مقاله:

سرمایه اصلی و عامل رشد و توسعه یک جامعه، اطلاعات و به کارگیری دانش است. فناوری اطلاعات از علم رایانه وسیع تر و پیچیده تر است، به طوری که در پیوند بین فعالیت های مختلف سازمان و فعالیت های بین سازمانی منطقه ای و بین المللی نقش اساسی دارد و معمولاً به کلیه فناوری هایی اشاره دارد که در پنج حوزه جمع آوری، ذخیره سازی، پردازش، انتقال و نمایش اطلاعات کاربرد دارند. از طرف دیگر امروزه فناوری و تحولات آن به یکی از عناصر استراتژیک در سازمان ها تبدیل شده است، به طوری که تحولات و تکامل فناوری بیش از خود آن، آثار و پیامدهای چشم گیری در سیستمهای اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی دارد. در این مقاله به روش توصیفی پیمایشی به بررسی ارتباط این دو متغیر پرداخته شده است. جامعه آماری را کارکنان چند شرکت تبلیغاتی منتخب شهر تهران به تعداد ۱۲۰ نفر تشکیل داده اند. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه بسته استاندارد پنج گزینه ای لیکرت بوده که پایایی و روایی آن در تحقیقات قبلی به تایید رسیده است.

## کلمات کلیدی:

آژانس تبلیغاتی، دیجیتال مارکتینگ، ai، چابکی سازمانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1269852>

