

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر اقتصاد دیجیتال در بازاریابی بر توسعه صادرات و رشد اقتصادی همدان

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

علی پناهی فرد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه ملایر

محمد پیری - گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه ملایر

سعید کیانیپور - گروه اقتصاد، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور

## خلاصه مقاله:

توسعه فناوری ها ی حوزه ارتباطات و اقتصاد دیجیتال یکی از مهمترین و اثرگذارترین حوزه هایی است که هم از نظر تاثیر آن بر بخش اقتصادی و پتانسیلهای بازاریابی مهم بوده و هم با در نظر داشتن آثار فرهنگی-اجتماعی، تغییرات قابل توجهی را با خود به همراه داشته است. این گستره وسیع، بازاریابی های الکترونیک مبتنی برCT، و زیرمجموعه آن تجارت الکترونیک، تصمیم گیری الگوریتمی در بازاریابی که درمجموع اقتصاد الگوریتمی نامیده میشود، استفاده از فناوریها ی دیجیتال خودکار در تولید را پوشش می دهد. در این مطالعه به بررسی بررسی تاثیر اقتصاد دیجیتال در بازاریابی بر توسعه صادرات و رشد اقتصادی همدان پرداخته شده است. براساس نتایج این تحقیق بین اقتصاد دیجیتال و رشد اقتصادی و همچنین اقتصاد دیجیتال و صادرات در استان همدان بازدهی مثبت وجود دارد و به عبارت دیگر سرایت وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

اقتصاد دیجیتال، بازاریابی، صادرات، رشد اقتصادی.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1347764>

