

عنوان مقاله:

تاثیر جهت گیری بازاریابی الکترونیک بر عملکرد کسب و کار استراتژیک

محل انتشار:

فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره 5، شماره 66 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

آسوامین عشایری - دانشجوی کارشناس ارشد حسابداری بخش عمومی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

بازاریابی الکترونیکی مساله بسیار مهمی است که اکنون به شدت مد نظر قرار گرفته است. جهت گیری های بازاریابی در این مورد بسیار با اهمیت است، در این پژوهش به بررسی تاثیر جهت گیری بازاریابی الکترونیک بر عملکرد کسب و کار استراتژیک، پرداخته میشود. به این منظور از روش پرسشنامه ای انجام میشود و در نهایت مشخص می شود که جهتگیری های بازاریابی الکترونیک بر عملکرد کسب و کار استراتژیک دارای تاثیر می باشد.

کلمات کلیدی:

جهت گیری بازاریابی الکترونیک، عملکرد کسب و کار استراتژیک، روش پرسشنامه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1351629>

