

عنوان مقاله:

نقش شبکه های اجتماعی در توانمندسازی سازمان های رسانه ای

محل انتشار:

همایش ملی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

فاطمه باقری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات

سیدسعید آیت - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

بررسی ها نشان میدهد که برای موفقیت رسانه ها و توانمندسازی آنها در محیط رقابتی جهان باید تعامل بیشتری با مخاطب داشت تا بتوان نیازهای مخاطب را درک کرده و در جهت تامین آن حرکت کرد شبکه های اجتماعی بر روی اینترنت به عنوان یک محیط هم فکری و خلق دانش چنین بستری را برای افزایش تعاملات اجتماعی و ارایه نظرات و دیدگاه های مخاطب فراهم خواهند کرد این مقاله با اشاره به مهمترین عوامل حیاتی در محیط رقابتی رسانه های جدید سعی بر آن دارد تا نقش شبکه های اجتماعی را در هرکدام از آنها نشان دهد.

کلمات کلیدی:

شبکه اجتماعی، رسانه، عوامل حیاتی، موفقیت، مخاطب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/142001>

