

## عنوان مقاله:

بررسی نقش کسب و کارهای الکترونیکی و عملکرد کسب و کارهای الکترونیکی نوظهور

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی علوم انسانی، حقوق، مطالعات اجتماعی و روانشناسی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

هادی زرین قبا - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش استراتژی دانشگاه پیام نور کرج

سمیه سپهریان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش مالی دانشگاه پیام نور کرج، کرج، ایران

## خلاصه مقاله:

باتوجه به رشد فراگیر فناوری اطلاعات به ویژه بازاریابی الکترونیکی، از جمله مشکلات کسب کار و خانگی، بازاریابی و تبلیغات نامناسب، استفاده از بازاریابی سنتی در عصر دیجیتال می باشد. امروزه فناوری اطلاعات نقش بسیار مهمی در دنیای تجارت دارد. این نوع فناوری فرصتی را برای خلق نوع جدیدی از تجارت با ایجاد بازارهای جدید و معرفی محصولات و خدمات جدید ایجاد میکند. تجارت و روش های کسب و کار، یکی از مهم ترین حوزه هایی است که با به کارگیری فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و اینترنت به سرعت تحت تاثیر قرار گرفت. با ظهور اینترنت و فناوری های مختلف اطلاعاتی و ارتباطی، مدل های کسب و کار برای کسب مزیت رقابتی تغییر کرده است و کسب و کارهای الکترونیک، ابزاری ارزشمند برای ایجاد روابط پایدار و محکم با مشتریان و نیروهای بازار شده است. برخورداری از فرایندهای الکترونیکی فرصت های زیادی را برای این شرکت ها برای مشارکت در بازارهای منطقه ای و بین المللی فراهم می آورد و از سوی دیگر گسترش کسب و کارهای الکترونیکی در سایه اقتصاد دیجیتالی، انتخاب مدل کسب و کار الکترونیک را به یک ضرورت استراتژیک تبدیل کرده است

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، کسب و کار الکترونیکی، کسب کار، تجارت الکترونیک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1464860>

