

عنوان مقاله:

تجزیه و تحلیل هوش تجاری در کسب و کار

محل انتشار:

هشتمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

مهتاب حبیبی - کارشناسی / رشد مدیریت توسعه

خلاصه مقاله:

چکیده محیط کسب و کار امروزه مستلزم نوعی پاسخگویی است که بتواند به یک آگاهی بهنگام و دقیق در شرایط بازرگانی دست یابد. کسب و کارها برای موفقیت نیازمند دسترسی سریع و آسان به اطلاعاتی در مورد مشتریان شان، امور داخلی سازمان ها، شرایط بازار خارجی و سالم بودن فعالیت های تجاری شان هستند. از آنجایی که سیستم گزارش دهی در سازمان ها به صورت سلسله مراتبی تعریف شده و مدیران عالی سازمان ها نیاز به اطلاعات موجز و خلاصه شده دارند، در نتیجه اطلاعات باید چندین بار قالب بندی، خلاصه و سپس گزارش شود. برای غلبه بر چنین مشکلی فناوری فرایند داده که همان هوش تجاری نامیده می شود به کمک سازمان ها و شرکت ها آمده و وظیفه تحلیل، تهیه استراتژی پیش بینی اطلاعات را مکانیزه و اتوماتیک کرده تا تصمیمات بهتر اخذ شود.

کلمات کلیدی:

کلیدواژه: هوش تجاری، کسب وکار، ارزیابی، شاخص

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1499572>

