

عنوان مقاله:

تاثیر سیستم های کنترل استراتژیک هوشمند بر بهبود عملکرد بازاریابی شرکت ها

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، بانکداری و اقتصاد ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

زینب آهیخته - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

اسماعیل ملک اخلاق - دانشیار گروه مدیریت دانشگاه گیلان

کیخسرو یاکیده

خلاصه مقاله:

سازمان ها با هدف دستیابی به حداکثر نتایج و اهداف تلاش می کنند که ناشن دهنده ی عملکرد آن هاست. به عبارتی واژه عملکرد را می توان نتیجه ی کلی کار و بازدهی سازمان دانست. عملکرد عاملی است که همه ی فرایندهای سازمانی در جهت بهینه کردن آن شکل می گیرد و همه ی سازمان ها در هر زمان و جایگاهی به آن توجه می کنند. عملکرد بازاریابی نشانی از ایجاد ارزش برای مشتریان محرک کلیدی سودآوری کسب و کار است. از طرفی پیشرفت های پی در پی در علوم کامپیوتر و نرم افزارهای آن در طول بیست سال گذشته سرعت زیادی داشته و از سایر پیشرفت ها در سایر علوم پیشی گرفته است. بنابراین امروزه با وجود فناوری های زیاد و پیشرفت روزافزون آن ها داشتن عملکرد بهتر رای سازمان ها نیازمند داشتن سیستم های هوشمند است. احتمالات زیادی در مورد چالش های اقتصادی و اختلالات کار ناشی از کاربردهای سیستم های هوشمند وجود دارد و اینکه چگونه این برنامه ها احتمالاً در مسیر آینده تاثیر می گذارند. از جمله این سیستم ها، سیستم های استراتژیک کنترل هوشمند است که شامل مولفه هایی مانند هوش مصنوعی، مدیریت دانش هوش تجاری، هوش رقابتی و هوش استراتژیک می شود. در این راستا پژوهش حاضر با روش مروری به بررسی تاثیر مستقیم کنترل استراتژیک هوشمند بر بهبود عملکرد بازاریابی شرکت ها پرداخته است و با توجه به مرور ادبیات می توان گفت استفاده از سیستم های کنترل استراتژیک هوشمند می تواند عملکرد بازاریابی شرکت ها را بهبود بخشد.

کلمات کلیدی:

سیستم های کنترل استراتژیک، عملکرد، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1658331>

