

عنوان مقاله:

دیجیتال مارکتینگ و کارآفرینی

محل انتشار:

نهمین همایش علمی پژوهشی توسعه و ترویج علوم مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

مریم سادات مرتضوی - استاد مدعو، گروه حسابداری و مدیریت، آموزشکده دخترانه فنی و حرفه ای، اقلید، فارس، ایران

زهرا اختردانش - دانشجوی کردانی حسابداری دانشکده فنی و حرفه ای دختران اقلید

خلاصه مقاله:

دیجیتال مارکتینگ بازاریابی هدفمند قابل اندازه گیری و تعاملی محصولات یا خدمات با استفاده از فناوری های دیجیتال برای دستیابی به بینندگان، تبدیل آنها به مشتری و حفظ آنها استفاده می شود. دیجیتال مارکتینگ به شاخه های متعددی تقسیم می شود که به طور خلاصه: ۱- وب سایت، ۲- بازاریابی، ۳- شبکه های اجتماعی، ۴- طراحی سایت گفته می شود. کارآفرینی به فرایند خلق ارزش جدید مادی یا معنوی از طریق یک تلاش متعهدانه با در نظر گرفتن ریسک های ناشی از آن گفته می شود. واژه کارآفرینی یک کلمه فرانسوی به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. در این مقاله به ارتباط بین کارآفرینی و کسب و کار یا دیجیتال مارکتینگ می پردازیم. هدف این مقاله پاسخگویی به سوالات اساسی و ارتباط بینبررسی دو متغیر با توجه به مدل است و در این مقاله از روش علمی ترویجی استفاده کرده ایم. در این مقاله نتیجه گرفتیم که بازاریابی در قرن جدید و در انقلاب صنعتی چهارم تحولات بسیاری پیدا کرده است که این تغییر و تحولات می تواند زمینه رشد و یا شکست یک سازمان را به دلیل نادیده گیری روند بازاریابی مناسب عصر حاضر رقم بزند؛ این تحولات با نیاز جمعیت شناختی جدید و حضور نسلی جدید موبایلی کاملاً هماهنگ است.

کلمات کلیدی:

بازاریابی دیجیتال، سئو، بازاریابی، کسب و کار دیجیتال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1681695>

