

عنوان مقاله:

نقش شبکه های اجتماعی در توسعه کسب و کارهای تجارت الکترونیکی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت کسب و کار در شرایط ناپایدار (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

مصطفی قبادی - کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی - تهران شمال

خلاصه مقاله:

در دنیای امروز، با گسترش روزافزون تکنولوژی و استفاده گسترده از شبکه های اجتماعی، تجارت الکترونیک به یکی از عوامل کلیدی توسعه اقتصادی تبدیل شده است. این مقاله به بررسی نقش برجسته ای که شبکه های اجتماعی در توسعه کسب و کارهای تجارت الکترونیک ایفا می کنند، پرداخته است. از افزایش دسترسی به مشتریان تا ایجاد ارتباطات نوآورانه و افزایش شناخت برند، شبکه های اجتماعی نقش مهمی در تسهیل رشد و پیشرفت کسب و کارهای تجارت الکترونیک دارند. این مقاله با بررسی تجارب و مطالعات موردی، ارتباط بین استفاده بهینه از شبکه های اجتماعی و افزایش درآمدها و توسعه پایدار کسب و کارها را مورد بررسی قرار می دهد. از طریق تجزیه و تحلیل دقیق این ارتباط، این مقاله به دست یابی راهکارهای عملی برای کسب و کارهای تجارت الکترونیک به منظور بهره برداری بهینه از فرصت های ارائه شده توسط شبکه های اجتماعی، پرداخته است. در نتیجه، این مقاله به افزایش دانش علمی در زمینه تاثیر شبکه های اجتماعی بر توسعه کسب و کارهای تجارت الکترونیک کمک می کند.

کلمات کلیدی:

تبلیغات هدفمند، شبکه های اجتماعی، توسعه کسب و کار، تجارت الکترونیک، رشد بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1780339>

