

عنوان مقاله:

نقش بازاریابی دیجیتال و مدیریت حمایت مالی و منابع انسانی در بهینه سازی فرآیندهای کسب و کار و تجارت انسانی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی رهیافت های نوین مدیریت، اقتصاد، تجارت جهانی، حسابداری و بانکداری در هزاره سوم (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

علیرضا محمودی فرد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی (و مدرس دانشگاه ها)، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران

علی ملکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی برق مخابرات، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

تحول پویای محیط بازار خرید و فروش، سبب نقض تعادل نهادی و بروز عدم تناسب میان مدل موجود عملکرد بنگاه های صنعتی و وضعیت کنونی اقتصاد در کشورهای اروپایی میگردد؛ این موضوع، ارتباط توسعه نوآورانه و مطالعه تاثیر متقابل تغییرات نهادی را در شرایط دیجیتالی شدن اقتصاد ملی تعیین می نماید. یکی از اهداف این تحقیق، بررسی و مطالعه ی جنبه های مختلف توسعه ی نوآرانه شرکت ها در زمینه ی تحولات دیجیتالی محیط سازمانی می باشد. نویسندگان با بررسی مقالات و پژوهش های مختلف در این تحقیق، روشی را به منظور محاسبه نمودن شاخص پیچیده توسعه نوآورانه شرکتها پیشنهاد نمودند؛ اساس روش محاسبه که با بهره گیری از پژوهش های محققان بوده است، تخصیص بلوکهای روبرو می باشد: بلوک پرسنل و پتانسیل شایستگی، بلوک پتانسیل نوآورانه و بلوک پتانسیل اقتصادی؛ هر یک از این موارد شامل تعدادی شاخص می باشد که سطح کلی توسعه نوآورانه شرکت را منعکس می نماید. کاربرد عملی روش توسعه یافته برای محاسبه شاخص پیچیده توسعه نوآورانه شرکت در شرایط تحولات دیجیتالی محیط سازمانی به شناسایی مشکلاتی کمک می کند که مانع از انتقال شرکت به یک مدل مدیریتی دیجیتال مبتنی بر اصول می شود؛ به علاوه، یکی دیگر از اهداف این تحقیق، بررسی ویژگی های طراحی سازمانی و مدیریتی حمایت مالی و منابع انسانی از تجارت نوآورانه کشاورزی بر اساس تحقیق های انجام شده اخیر می باشد. ثابت شده است که ادبیات علمی به اندازه کافی این موضوع را پوشش نمی دهد. ابزارها، روش ها، اصول و مدل های چارچوب طراحی باید روشن گردد؛ تاکید می شود که پیش بینی سطح امنیت منابع مالی و انسانی در سازمان، جنبه مهمی از مدیریت استراتژیک، تنوع ریسک و توسعه اقتصادی اجتماعی یک موضوع واحد فعالیت کارآفرینی و دولت به عنوان یک بحث کلی است

کلمات کلیدی:

مدیریت منابع انسانی، مدلسازی، اقتصاد دیجیتال، بخش صنعتی، بازاریابی دیجیتال، حمایت مالی، بهینه سازی، کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1894785>

