

## عنوان مقاله:

ارائه برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی جامع در کسب و کارهای آنلاین

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد در علوم انسانی (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

نرگس مقبول کل تپه

احمد فروتن

## خلاصه مقاله:

بررسی روند تغییرات جوامع و شرکتها نشان میدهد که امروزه توجه به فعالیتهای آنلاین اجتناب ناپذیر میباشد و از طرفی دیگر شرکتها برای شروع به یک فعالیت نیازمند برنامه ای جامع می باشند. پژوهش حاضر با هدف اصلی ارائه مدل تدوین برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی جامع در کسب و کارهای آنلاین (مؤلفه ها، پیشایندها و پیامدها) انجام شده است. این مطالعه با روش کیفی و با استفاده از مصاحبه های نیمه ساختار یافته و با کمک گروه خبرگان که شامل ۱۰ نفر خبره دانشگاهی و محیط کسب و کار است، انجام شده است. داده ها با استفاده از روش کدگذاری در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی با کمک نرم افزار MAXQDA ورژن ۲۰۲۰ تجزیه و تحلیل شده اند و جمع آوری اطلاعات تا رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرده است. حاصل این مطالعه رسیدن بهمدلی پیشنهادی برای برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی در کسب و کارهای آنلاین است که در پیچه ای جدید برای سایر محققان است تا در تحقیقات آینده، مدل را بکار گرفته، با ابزارهای کمی ارزیابی کنند و برای استفاده در اختیار بازاریابان و مدیران قرار دهند.

## کلمات کلیدی:

برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی جامع، کسب و کارهای آنلاین، برنامه ریزی آفلاین به آنلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2025725>

