

عنوان مقاله:

بررسی نقش تتوریک جو نوآورانه، اشتراک دانش و ارتباطات برپایداری کسب و کارهای دیجیتال

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

محمد طاهایی پور - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت کسب و کار (گرایش فناوری)، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

کسب و کارهای دیجیتال با استفاده از رسانه های اجتماعی برای تقویت جو نوآورانه، اشتراک دانش و ارتباطات موثر می توانند شانس خود را برای دستیابی به پایداری بلندمدت به طور قابل توجهی افزایش دهند. برای ایجاد یک کسب و کار دیجیتال پایدار، رهبران باید بر ایجاد جو نوآورانه، ترویج اشتراک دانش و ایجاد کانالهای ارتباطی موثر تمرکز کنند. با سرمایه گذاری در این زمینه ها، کسب و کارها میتوانند خود را برای موفقیت در دنیای دیجیتال پویا آماده کنند. با سرمایه گذاری در اشتراک دانش و ارتباطات، کسب و کارهای دیجیتال میتوانند یک مزیت رقابتی ایجاد کنند، نوآوری را افزایش دهند، مشتریان را راضی نگه دارند و در نهایت به پایداری بلندمدت دست یابند. لذا هدف از این پژوهش بررسی نقش تتوریک جو نوآورانه، اشتراک دانش و ارتباطات بر پایداری کسب و کارهای دیجیتال با تاکید بر رسانه های اجتماعی است، که ابتدا تعاریفی از هر کدام از متغیرها بیان می شود و در ادامه رابطه هر کدام از متغیرها مورد بررسی قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

جو نوآورانه، اشتراک دانش، ارتباطات، پایداری کسب و کار های دیجیتال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2026074>

