

## عنوان مقاله:

بررسی همسویی بازاریابی با فناوری اطلاعات در ایران با محوریت تحلیل داده های حجیم

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی پژوهش و نوآوری در هوش مصنوعی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

نادیا مختاری حسن آباد - دانشجوی کارشناسی، گروه مهندسی کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج

یویا فوده - استادیار، گروه مهندسی کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج

## خلاصه مقاله:

این مقاله به منظور بررسی همسویی بازاریابی با فناوری اطلاعات در ایران با محوریت تحلیل داده های حجیم انجام شد. ابتدا به بررسی تعاریف مولفه های اصلی پرداخته شد. همچنین جدیدترین روش های هوش مصنوعی در این حوزه معرفی شد. سپس وضعیت بهره مندی ایران از این مولفه ها مورد بررسی قرار گرفت. سپس به منظور دستیابی به اهداف مقاله، مروری بوضعیت همسویی بین فناوری اطلاعات و استراتژی های بازاریابی با محوریت تجزیه و تحلیل داده های حجیم در کشورهای منطقه و پیشرو در این حوزه صورت پذیرفت. در ادامه به موضوع اصلی مقاله پرداخته شد و مزایای این همسویی و چالش های موجود در ایران مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که ضعف های زیرساختی و تعداد اندک متخصصین در این دو حوزه اصلی ترین چالشهای موجود هستند. در ادامه پیشنهاداتی جهت رفع این چالش ها ارائه شد. در آخر نیز میتوان نتیجه گرفت همسویی بازاریابی با فناوری اطلاعات با محوریت تحلیل داده های حجیم، شکاف توسعه را در ایران پر میکند و سبب رشد کشور به واسطه استفاده حداکثری از هر ۳ مولفه اصلی این مقاله می شود.

## کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات در ایران، بازاریابی در ایران، تحلیل داده های حجیم در ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2035166>

