

عنوان مقاله:

بزرسی چگونگی تأثیر بکارگیری هوش تجاری بر موفقیت مدیریت بازار (ارائه ی چارچوب مفهومی پیشنهادی)

محل انتشار:

اولین همایش ملی مهندسی مدیریت کسب و کار (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

علیرضا ناصرصدرآبادی - استادیار دانشگاه یزد

زهرا حشمتی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

انسبه تاکی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه، همهی سازمانهای تجاری برای اینکه قادر باشند در مواجهه با تغییرات متنوع بازار و محیط رقابتی آن، پایدار بمانند و در نهایت قادر به مدیریت بازار باشند، نیاز به تجزیه و تحلیل بازار دارند. برای این منظور، سازمانها باید فرآیندهای کسب و کار خود را با استفاده از فناوریهای مدرن که هوش تجاری نامیده میشود، بروز رسانی نمایند. این پژوهش در کنار معرفی مدیریت بازار، به بیان وظایف، اهداف و عناصر کارکردی آن می-پردازد. سپس مقولهی هوش تجاری را تشریح نموده و مراحل آن را مورد بحث قرار میدهد. در ادامه رابطهی بین موفقیت مدیریت بازار و هوش تجاری را توضیح داده، و در پایان چارچوبی مفهومی برای بیان چگونگی تأثیر بکارگیری هوش تجاری بر موفقیت مدیریت بازار ارائه میدهد

کلمات کلیدی:

مدیریت بازار، موفقیت در مدیریت بازار، هوش تجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/206532>

