

عنوان مقاله:

بررسی و تحلیل نظام مند پژوهش های انجام شده در حوزه هوش مصنوعی در بازاریابی

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های کاربردی مدیریت بازار، دوره 10، شماره 36 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 40

نویسنده:

نسترن شاهواری - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشکده مدیریت، واحد الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران

خلاصه مقاله:

در سال های اخیر، تحولات شگرفی در موضوع هوش مصنوعی و کاربرد آن در بازاریابی به وجود آمده است. با این وجود، همچنان مسائلی مبهم و ناشناخته در روند فعلی وجود دارد (میکالف، ۲۰۲۱). لذا پژوهش حاضر باهدف بررسی و تحلیل نظام مند و سیستماتیک مقالات و پژوهش هایی که در موضوع هوش مصنوعی در بازاریابی عملی نموده اند، تدوین شده است. این پژوهش از نوع مروری بوده که در بازه سال های ۲۰۱۵ الی ۲۰۲۴ میلادی با رویکرد انتخاب مهم ترین و معتبرترین مقالات و تحقیقات علمی و کاربردی داخلی و خارجی، انجام شده است. پژوهش حاضر از لحاظ کمی و کیفی، در نوع خود بی سابقه است، چرا که باتوجه به تنوع و گستردگی مقالات و پژوهش های انتشاریافته، جای خالی پژوهش نظام مند کنونی کاملاً محسوس بوده و پژوهشگران با کمک از این پژوهش از یک طرف می توانند آخرین تلاش ها و اقدامات پژوهشی صورت گرفته در حوزه موردنظر را به صورت کاملاً دسته بندی شده و ساختاری مورد مطالعه قرار داده و از طرف دیگر، شکاف های علمی را پر می کند و پیشنهادهای آتی در خصوص بازاریابی و هوش مصنوعی ارائه دهد. یافته های پژوهش نشان داد که کلیدواژه شبکه عصبی هوش مصنوعی و ربات های خدمات دهنده پرسامدترین واژه ها هستند. شبکه هم واژگانی شامل ۱۰ خوشه است و بیشتر مقالات مرتبط به ساختارهای پژوهشی است و هم چنین گستردگی مقالات خارجی نسبت به داخلی بیشتر است؛ و موضوع هوش مصنوعی در بازاریابی در کشور هند و بین پژوهشگران هندی در کشورهای دیگر پرطرفدارتر است.

کلمات کلیدی:

هوش مصنوعی، تکنولوژی، بازاریابی، تحلیل نظام مند، روش پریزما

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2090681>

