

عنوان مقاله:

استفاده از اینترنت در بازاریابی الکترونیکی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

شیرا امیدوار ابرقویی - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

خلاصه مقاله:

در عصر اطلاعات استفاده از اینترنت در سازمانها و شرکت های تجاری افزایش یافته است . استفاده از اینترنت خود کسب و کار اینترنتی و کسب و کار اینترنتی بازاریابی الکترونیکی را به دنبال دارد. موانع جغرافیایی و زمانی در سایه استفاده از اینترنت کمرنگ می شود. بازاریابی الکترونیکی باید در راستای طرح بازاریابی کلی سازمان باشد که این مهم از طریق ارزیابی نقاط قوت و ضعف سازمان و شناخت صحیح فرصت ها و تهدیدها مقدور می شود. بازاریابی اینترنتی روشهای مختلفی از جمله بازاریابی وابسته، بازاریابی تعاملی، بازاریابی ایمیل و... دارد و این گستردگی حیطة و اهمیت استفاده از اینترنت را نشان می دهد. در این مقاله بازاریابی الکترونیکی، تفاوت بازاریابی سنتی و بازاریابی جدید، تأثیر اینترنت بر آمیخته بازاریابی ، مزایا و محدودیتهای بازاریابی الکترونیکی و انواع بازاریابی الکترونیکی به اختصار بیان گردیده است

کلمات کلیدی:

بازاریابی الکترونیک، کسب و کار الکترونیکی و طرح بازاریابی الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/221480>

