

عنوان مقاله:

آمادگی الکترونیکی و نقش آن در افزایش توان رقابتی شرکت ها برای تبلیغات

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

مجید اسماعیل پور - استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت بازرگانی - دانشگاه خلیج فارس بوشهر

محدثه زندوی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه خلیج فارس بوشهر

خلاصه مقاله:

تبلیغات یکی از اساسی ترین عناصر بازاریابی محسوب می شود که شرکت ها و سازمان های مختلف برای معرفی محصولات و خدمات خود از آن استفاده می کنند. انواع مختلفی از تبلیغات وجود دارد؛ با توجه به اهمیت نقش تبلیغات و ظهور تبلیغات اینترنتی، موبایلی و ... یکی از مباحث مهم، آمادگی الکترونیکی سازمان ها و مصرف کنندگان می باشد که بدان وسیله سازمان ها بتوانند در فضای رقابتی باقی بمانند و افراد نیز به راحتی بتوانند از ویژگی محصولات و خدمات مورد نیاز خود آگاهی یابند. در این مقاله، در ابتدا به بحث تجارت الکترونیکی پرداخته شده و پس از آن راجع به آمادگی الکترونیکی، اهمیت آمادگی الکترونیکی و اهداف آمادگی الکترونیکی پرداخته شده است. پس از آن راجع به تبلیغات، اهمیت تبلیغات و انواع تبلیغات توضیحاتی ارائه شده است. در پایان نیز راجع به نقش آمادگی الکترونیکی در افزایش توان رقابتی شرکت ها در امر تبلیغات مطالبی بیان شده است.

کلمات کلیدی:

تبلیغات، بازاریابی، تجارت الکترونیک، آمادگی الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/261207>

