

## عنوان مقاله:

بازاریابی اینترنتی در صنعت خودرو

## محل انتشار:

همایش ملی مهندسی رایانه و مدیریت فناوری اطلاعات (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

محمدحسن کارگر - دانشجوی دکتری مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

## خلاصه مقاله:

صنعت خودرو یکی از صنایعی است که با بیشترین چالش ها در دنیای امروز مواجه است. رهبران این صنعت تا کنون از اینترنت به عنوان رسانه تبلیغات استفاده کرده اند، اما فراتر از این، استفاده از اینترنت به عنوان ابزار مدیریت ارتباط با مشتریان، کمک در مدیریت زنجیره تامین و بستری جهت ایجاد جریانهای جدیدی از درآمد، عامل حیاتی در تعیین برنده از بازندگان در این آشفته بازار خواهد بود. یکی از ابزارهای موثر و کارآمد در این زمینه بازاریابی اینترنتی می باشد. در این پژوهش به منظور پی بردن به اهمیت بازاریابی اینترنتی در صنعت خودرو، ابتدا به ادبیات موضوع یعنی مفاهیم بازاریابی اینترنتی، ویژگی ها و کاربردهای آن می پردازیم تا با شناخت بازاریابی اینترنتی، نقش و کاربردهای آن در صنعت خودرو را بررسی کنیم. سپس با بررسی نقش بازاریابی اینترنتی در صنعت خودرو، راهکارهای بازاریابی اینترنتی در صنعت خودرو از طریق موردهایی مورد بررسی قرار میگیرد و در پایان نتایج موارد مورد بررسی به صورت پیشنهادی جهت اجرا در صنعت خودرو ایران ارائه می شود.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، اینترنت، فناوری اطلاعات، صنعت خودرو، بازاریابی اینترنتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/282683>

