

عنوان مقاله:

اهمیت استفاده از سیستم اطلاعات بازاریابی در بهبود کارایی بازار

محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

الهام کاظمی فر - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد، ایران

لقمان رشیدیپور - دانشیار گروه مدیریت کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد، ایران

خلاصه مقاله:

تمامی مدیران در انجام وظایف خود به اطلاعات نیاز دارند اگر مدیریت را آینده سازی تعریف نمایم پس می توان گفت که آینده سازی همان مدیریت اطلاعات می باشد. امروزه اطلاعات به عنوان یک منبع قدرت تلقی شده و داشتن آگاهی های لازم از نیازها و خواسته های مشتریان و عوامل مرتبط با آن نقش مهمی در موفقیت سازمانها ایفا می کند، از طرف دیگر با گسترش دامنه عوامل تاثیرگذار روی فعالیت های سازمان و رفتار مشتریان، ضرورت داشتن آگاهی های لازم از این عوامل بیش از پیش احساس می گردد؛ لذا سازمانها می بایستی از یک سیستم کارا برای جمع آوری، ذخیره سازی، پردازش و گزارشگری اطلاعات مرتبط با این عوامل بهره گیرند، سیستمی که اطلاعات مورد نیاز تصمیم گیرندگان را در زمانهای مورد نیاز در اختیار آنها قرار دهد. این تحقیق به اهمیت سیستم اطلاعاتی بازاریابی در این زمینه می پردازد.

کلمات کلیدی:

سیستم اطلاعاتی، سیستم اطلاعاتی بازاریابی، کارایی بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/344278>

