

عنوان مقاله:

شناسایی فاکتورهای موثر بر ریسک فناوری اطلاعات در بازاریابی الکترونیک

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

فائزه فرقدان

مجید گلکالا

خلاصه مقاله:

مدیریت ریسک رویکردی است که به شناسایی و ارزیابی ریسک و انجام اقداماتی برای کاهش آن تا سطح قابل قبول می پردازد. عمده ترین هدف سازمانها در بکارگیری مدیریت ریسک، کاهش تأثیرات منفی و نیاز به زیربنایی محکم در تصمیم گیری های سازمانی می باشد. مدیریت ریسک دارای نقش کلیدی در حفظ اطلاعات شرکت است. فرآیند تأثیرگذار مدیریت ریسک، مولفه اصلی در برنامه امنیت فناوری اطلاعات به شمار می آید. هدف عمده و اساسی فرآیند مدیریت ریسک سیستمهای فناوری اطلاعات، تنها به پشتیبانی از سیستمهای فناوری اطلاعات خلاصه نمی شود بلکه حمایت از شرکت و پشتیبانی از اجرای ماموریتهای آن را نیز در بر می گیرد. بنابراین، فرآیند مدیریت ریسک را نباید تنها به عنوان فعالیتی فنی که توسط متخصصان سیستمهای فناوری اطلاعات انجام می شود، لحاظ کرد بلکه نیازمند اعمال مدیریت از جانب مدیران اصلی شرکت یا سازمان می باشد. مقصود از مدیریت ریسک، توانمندسازی سازمانها در انجام ماموریتها و اهدافشان ضمن حفظ اطلاعات، بودجه، رویکردها و سیستمهای فناوری اطلاعات می باشد. در این مقاله، راهکاری مناسب در خصوص مدیریت ریسک سیستمهای فناوری اطلاعات ارائه شده است تا به سازمانها در اداره بهینه و موثر سیستمهای فناوری اطلاعات کمک نماید. 2. مدیریت ریسک به مدیران فناوری اطلاعات در ایجاد توازن در هزینه های اقتصادی و عملیاتی فناوری اطلاعات کمک کرده و باعث می شود تا سیستمهای فناوری اطلاعات در حمایت از ماموریت سازمان موفق عمل نمایند

کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک، مدیریت ریسک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/367238>

