

عنوان مقاله:

مدیریت در مدل های کسب و کار

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

غضنفر آرام - سازمان متبوع نویسنده اول، کارشناس ارشد مدیریت و معاونت هزینه اداره کل اموراتقتصادی و دارایی

علی اسلام نسب - سازمان متبوع نویسنده دوم، کارشناس ارشد علوم اقتصادی و کارشناس اقتصادی اداره کل اموراتقتصادی و دارایی

خلاصه مقاله:

مدل کسب و کار توضیحی بر چگونگی اقدامات یک سازمان به صورت الگوی عمومی است که به فعالیت های اصلی تقسیم می شود. مدل کسب و کار معرف مشتریان شرکت و محصولات و خدماتی است که به آنها ارائه می شود. یک مدل همچنین اطلاعاتی درباره چگونگی سازمان دهی یک شرکت و نحوه درآمدزایی و تحصیل سود در اختیار می گذارد. مدل های کسب و کار برای هدایت تصمیمات اصلی و مهم شرکت با استراتژی ها ترکیب می شوند. همچنین یک مدل توصیف کننده محصولات، خدمات، مشتری، بازار و فرآیند کسب و کار است. به طور متداول بیشتر مدل های کسب و کار وابسته به فناوری هستند. شرکت های پیشگام در اینترنت نیز مدل های جدید کسب و کار خود را کاملاً بر پایه فناوری های موجود و آینده قرار دادند. با استفاده از فناوری کسب و کار ها می توانند تعداد زیادی مشتری را با کمترین هزینه ها به دست آورند. لذا در این پژوهش ما ضمن بررسی توصیفی انواع طبقه بندی مدل های کسب و کار به دنبال بررسی مزایا و معایب این مدل ها و معرفی این مدل های می پردازیم

کلمات کلیدی:

انواع مدل کسب و کار، ارزیابی مدل کسب و کار، مدل سازی، خلق کننده. حقوق معنوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/378531>

