

عنوان مقاله:

مدیریت رفتار در فضای الکترونیک

محل انتشار:

کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

آتنا عسکری - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه پیام نور، تهران و مربی حق التدریس، گروه کامپیوتر،
واحد پروفیسورحسابی، دانشگاه آ

مهران توکلی - مربی حق التدریس، گروه کامپیوتر، واحد پروفیسورحسابی، دانشگاه آزاد اسلامی تفرش، ایران

خلاصه مقاله:

جهان الکترونیک نیازمند وجود نقطه مشترکی میان انسانها و فناوری است. مدیریت تحول گرایی با هدایت سازمان، کارکنان و تجارت الکترونیک، نقش مؤثری در دستیابی به این امر ایفا می کند. تاکید بر کارآفرینی، توجه ویژه به خلاقیت و نوآوری، هدایت و رهبری مبتنی بر اصول فنی، فرهنگ سازی موثر و توسعه مهارتهای ارتباطی از عمده ترین ویژگیهای عصر اینترنت است که به شدت حوزه مدیریت و رهبری را چالش برانگیز ساخته است. تلفیق نظام مدیریتی و نظام فناوری مستلزم داشتن رابطه همه جانبه با مشتری، کارکنان و سازمان است. عدم مدیریت صحیح در کاهش تعداد مشتریان نقش انکار ناپذیری دارد. از سوی دیگر مدیریت الکترونیک بیانگر این موضوع است که چگونه مدیریت در پرتو اقتصاد شبکه ای و تجارت الکترونیک تکامل مییابد. بطور کلی در مدیریت الکترونیک اگرچه نقشها تغییر عمده ای پیدا میکنند، اما بسیاری از مهارتهای اصلی مدیران همان مهارتهای متداول و سنتی است. سازماندهی ساز و کار، نظارت، انگیزش، تیم سازی، تضمین کیفیت، رفع نواقص، رسیدگی، نظام مند کردن امور و اقدام در جهت بهبود اوضاع، تفاوت در فرآیند تعامل با کارکنان، کار و مشتریان ایجاد میکند. با توجه به ویژگیهای محیط دیجیتال و خصوصیات رفتاری مصرفکنندگان به منظور تسهیل فرایند خرید مصرفکنندگان، می بایست دلایلی که موجب بیاعتمادی مصرفکنندگان و یا طراحی ضعیف سایتها و در نتیجه عدم خرید مصرفکنندگان در محیط دیجیتال میشود را بررسی و مرتفع نمود. در این مقاله مدیریت رفتار در فضای الکترونیک مورد بررسی و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت

کلمات کلیدی:

فضای الکترونیک، سازمانهای الکترونیک، رفتار گروهی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/428498>

