

عنوان مقاله:

مدیریت زنجیره تأمین پایدار براساس معماری سیستم هوشمند بازاریابی

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی در علوم کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مریم خادمی - استادیار ریاضی کاربردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

هدی کبیر - کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات دانشگاه شهید بهشتی

خلاصه مقاله:

امروز شرکت ها با چالش های زیادی مواجه هستند. آنها باید تغییرات سریع بازار و محیط را مدنظر قرار دهند، با تأثیرات منفی بحران ها و هزینه های مالی روبرو شوند. با افزایش گرایش عمومی به محیط زیست و رایانش سبز کنار بیایند و از پایداری خود اطمینان حاصل کنند. از یک سو، فشار زیادی از طریق قانون گذاران محیطی و نیز رسانه ها در جوامع آزاد اعمال می شود که موجب رشد تقاضای مشتریان برای شفافیت ناآگاهی رو به رشد آنها از شرایط تولید و توزیع محصولات شده است. از سوی دیگر، در محیط رقابتی، حفظ برتری سازمان در جهت رضایت مشتریان و تأمین نیازهای آنان حرف اول را می زند. به نظر می رسد، سازمان ها با بهره گیری از سیستم های هوش بازاریابی و نیز با رعایت اصول اخلاقی، می توانند به این مهم دست یابند.

کلمات کلیدی:

هوش بازاریابی، زنجیره تأمین پایدار، معماری سیستم، سیستم هوشمند بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/455224>

