

عنوان مقاله:

مطالعه تحلیلی بازاریابی الکترونیکی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مهندسی کامپیوتر و فن آوری اطلاعات (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

الهام اسد امرجی - دانشجوی دکتری فناوری اطلاعات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال و مدرس دانشگاه

نگین عسگری - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات تجارت الکترونیک دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره)

خلاصه مقاله:

در حال حاضر بهره مندی از فن آوری اطلاعات و ارتباطات به منظور برقراری ارتباط ارائه سرویسها و خدمات در کسب و کارهای مختلف در سراسر جهان با افزایش چشمگیر روبرو است در فضای تبادلات اقتصادی با رویکرد رقابتی فناوری اطلاعات توانسته است به عنوان یک رکن اصلی جایگاه ویژه ای پیدا کند. در این تحقیق سعی شده ضمن تعریف کسب و کار و فن آوری اطلاعات و ارتباطات؛ بازاریابی الکترونیکی تفاوت بازاریابی سنتی و بازاریابی جدیدی تاثیر اینترنت بر بازاریابی مزایا و محدودیتهای بازاریابی الکترونیکی رویکردها و انواع بازاریابی الکترونیکی را بررسی و به اختصار بیان گردیده است.

کلمات کلیدی:

بازاریابی الکترونیکی؛ کسب و کار؛ فناوری اطلاعات و ارتباطات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/466683>

