

## عنوان مقاله:

ابجاد بستر مجازی ی ریش های تبلیغاتی درست و نقص آن در پیشبرد اهداف رقابتی سازمانها

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسنده:

سجاد امیری دومای - گروه مهندسی کامپیوتر دانشگاه صنعتی سیرجان دانشکده علوم ریاضی و پایه سیرجان ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه با افزایش شرکت ها و سازمانها تبلیغات یکی از بنیادی ترین روشهای بازاریابی می باشد که جهت معرفی محصولات و خدمات آنها مورد استفاده قرار میگیرد توجه به این نکته بسیار مهم هست که در صورت تبلیغ نادرست تبلیغ آن اثر مثبت خود را از دست خواهد داد و حتی ممکن است که شرکتها وسازمانها رقیب از ان به نفع خود بهره ببرند . بهاین ترتیب شناخت شیوه های درست تبلیغ یک اصل مهم در تبلیغات می باشد و سپس به اهمیت واهداف استفاده از تبلیغات مجازی در سازمانها اشاره می شود. به طور کلی در این مقاله تجارت الکترونیک و بازاریابی و تبلیغات و ارتباط تاثیرات آنها بر یکدیگر مورد بررسی قرار داده شده و در نهایت به اهمیت آنها پرداخته می شود و راهکارهای گوناگون برای پیشرفت در محیط رقابتی بین سازمانی و شرکتی معرفی خواهد شد

## کلمات کلیدی:

مجازی سازی؛ تبلیغات مجازی؛ الکترونیک بازاریابی؛ رقابت سازمانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/467034>

