

## عنوان مقاله:

زنان و مدیریت فناوری

## محل انتشار:

نخستین کنگره ملی زنان موفق ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

پدیده نوبخت - کارشناسی ارشد، مهندسی برق، شرکت برق منطقه ای ایران، مشهد،

ساناز نوبخت - کارشناسی، حسابداری، مشهد

سارا نوبخت - حسابداری، مشهد

## خلاصه مقاله:

مقاله عامل کلیدی برای موفقیت در شرکتهای بزرگ و کوچک جهت حفظ بقا در بازار جهانی توجه به نیازها و خواسته های مشتری است. به دست آوردن یک مشتری جدید سودی معادل پنج برابر بیش تر یک خرید جدید به دنبال می آورد. بحث مدیریت روابط با مشتریان الکترونیکی، نتیجه یکی از تغییرات بنیادین در باورها و پارادایم های تجاری می باشد و آن تغییر رویکرد سازمانها از روابط انبوه و کلی با گروه های مختلف مشتریان به روابط تک تک و مجازی با آنها از طریق فن آوری اطلاعات و ارتباطات می باشد. در عصر اطلاعات که شیوه های تبادل داده ها به سمت الکترونیکی شدن پیش می رود، حجم فعالیت های اقتصادی بدون نیاز به افزایش فضای فیزیکی، افزایش پیدا میکند. اما با وجود قابل توجه سهم زنان در استفاده از محصولات و خدمات ICT، همچنان درصد پائینی از بازار کار، تحقق و توسعه ی این صنعت سهیم هستند و بیم آن می رود که پتانسیل اشتغال و نقشی آفرینی در عرصه ICT را از دست داده و در پس انقلاب دیجیتال رها شوند. هدف از ارایه مقاله این است که جایگاه اصلی زنان در ICT و موانع موجود و راهکارهای استفاده از این فن آوری را برای زنان مطرح می کند.

## کلمات کلیدی:

فن آوری اطلاعات، نقش زنان، دانش، پژوهش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/632946>

