

عنوان مقاله:

بررسی نمونه موردی شرکت dell در مدیریت استراتژی تجارت الکترونیک

محل انتشار:

اولین همایش ملی مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

محمد رضا صوراسرافیل - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، گرایش تجارت الکترونیک، موسسه غیردولتی بهمنیار
کرمان، کرمان، ایران

علی ناصراسدی - گروه کامپیوتر، مجتمع آموزش عالی زرنند، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

خلاصه مقاله:

به کارگیری و استقرار موفقیت آمیز تجارت الکترونیک به وجود یک برنامه و استراتژی مدون و مشخص نیازمند است. بدون وجود استراتژی مناسب در تجارت الکترونیک ممکن است کلیه تلاش های شرکت ها و سازمان ها در راستای تجارت الکترونیک با شکست مواجه شده و ضمن اتلاف منابع انسانی، مالی و زمانی حتی بقای سازمان نیز با تهدید روبرو شو. گام اولیه و اساسی تدوین استراتژی در چارچوب سلسله اهداف یعنی چشم انداز، رسالت و اهداف بلند مدت و کوتاه مدت سازمانی است. یکی از شرکت های موفق در حوزه تجارت الکترونیک بی شک شرکت دل است. در این مقاله سعی بر این شده است که شرکت دل به عنوان نمونه موفق در مدیریت استراتژی در حوزه تجارت الکترونیک مورد کنکاش قرار گیرد و عوامل موفقیت بررسی گردد.

کلمات کلیدی:

استراتژی، مدیریت استراتژیک، شرکت دل، تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/668547>

