

## عنوان مقاله:

حکمرانی داده ها در بازاریابی، هوش کسب و کار و مزیت رقابتی: مطالعه یک گروه تولیدی لوازم خانگی

## محل انتشار:

پنجمین همایش مدیران فناوری اطلاعات (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

مجید محمدشفیعی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

عاطفه خوش فطرت - کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه، مهمترین عامل برای بقای سازمانها و کسب مزیت رقابتی، دریافت اطلاعات مفید و به موقع، تجزیه و تحلیل و استفاده از آنها در بستر فناوری اطلاعات می باشد. بازاریابی مبتنی بر دانش، که ناشی از حکمرانی داده های بازاریابی است، به شناسایی فرصت ها و تهدیدها کمک می نماید. این رویکرد همچنین باعث تسهیل مدیریت رابطه با مشتری شده و به مدیران در تدوین بهتر استراتژیها کمک می نماید. در این پژوهش سعی شده است تا ضمن تبیین نقش حکمرانی داده ها در بازاریابی، به تاثیر این سازه مهم بر هوش کسب و کار، که خود مبتنی بر یک پایگاه داده قوی ناشی از حکمرانی داده هاست، پرداخته شود. سپس تاثیر این دو عامل بر کسب مزیت رقابتی بررسی شده است. اهمیت این پژوهش از آن جهت است که امروزه کمتر شرکتی است که بتواند ادعا کند بدون داشتن مدیریت صحیح بر داده های بازار، بتواند مزیت رقابتی کسب کند. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران و کارشناسان یک گروه تولیدی بزرگ در زمینه لوازم خانگی است که 144 نفر از آنان بطور تصادفی انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از پرسش نامه محقق ساخته استفاده گردید که اعتبار آن با روایی محتوا و پایایی با آلفای کرونباخ 0,952 تایید گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های پژوهش از نرم افزارهای SPSS و Smart PLS استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بازاریابی مبتنی بر دانش، که حاصل حکمرانی داده های بازاریابی و هوش کسب و کار است، تاثیر معناداری در کسب مزیت رقابتی دارد.

## کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات، حکمرانی داده ها، بازاریابی مبتنی بر دانش، هوش کسب و کار، مزیت رقابتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/714533>

