

عنوان مقاله:

بازاریابی الکترونیک مسیر سبز تجاری سازی

محل انتشار:

چهارمین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

سارا میری - کارشناس ارشد پارک علم و فناوری استان ایلام

معین رحیمی - کارشناس ارشد پارک علم و فناوری استان ایلام

خلاصه مقاله:

فناوری اطلاعات بزرگترین نوآوری عصر جدید محسوب می شود چرا که تاثیرات اجتماعی و اقتصادی زیادی دارد. با توجه به تاثیر اقتصادی، فناوری اطلاعات با توجه به ماهیت ذهنی که برخوردار است بازاریابی الکترونیک را به وجود آورده است. هدف اصلی این مطالعه بررسی تاثیر فناوری اطلاعات در بازاریابی الکترونیک است. داده ها به روش های مختلف جمع آوری می شوند: از صورتهای مالی شرکت ها؛ از سازمان های دولتی؛ از یک پرسشنامه در میان کاربران الکترونیک بازاریابی، طراحان بازاریابی الکترونیک و تامین کنندگان و مستندات دیگر اثرات فناوری اطلاعات در این حوزه بر روی داده های تجزیه و تحلیل شده، بررسی می شود و هر دوی این مستندات وجود اثرات زیر را در نتیجه استفاده از فناوری اطلاعات آشکار می کند: ارایه فرصت در هر مکان و زمان برای تبلیغات؛ افزایش پتانسیل کلی تبلیغات؛ افزایش درآمد برای شرکت ها؛ و کاهش آلودگی و مصرف انرژی.

کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات؛ بازاریابی الکترونیک؛ تبلیغات درآمد؛ آلودگی؛ مصرف انرژی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/802062>

