

عنوان مقاله:

هوش تجاری اجتماعی، فرصت ها و چالش های هوش مصنوعی در توسعه کسب و کار

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی کامپیوتر، فناوری اطلاعات و کاربردهای هوش مصنوعی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سیدکامران یگانگی - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زنجان، گروه مهندسی صنایع، زنجان، ایران

علی رضا جماعت لو - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زنجان، گروه مهندسی صنایع، زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

دنیای پرتلاطم و متغیر امروز به صحنهای برای جدال در کسب موفقیت و پیشتازی سازمان ها تبدیل شده است. رمز موفقیت در حال حاضر بدست آوردن مزیت رقابتی است که منوط به آگاهی از خواست مشتری، تحرکات رقبا و تحولات بازارهاست. برای این منظور سازمان هایی قادرند موفق عمل کنند که سطح دانش، هوشیاری و آگاهی خود را بالا ببرند. در اقتصاد مبتنی بر دانش، محصولات و سازمانها بر اساس دانش زندگی میکنند و به حیات خود ادامه میدهند و در این بین موفق ترین سازمانها آنها هستند که سریعتر و آگهتر عمل کنند. در عصر رقابتی امروز سازمانهای کوچک و متوسط برای دستیابی به مزیت رقابتی از طریقهوش تجاری نیازمند الگویی هستند تا عوامل تاثیرگذار بر رقابت را شناسایی کرده و فرآیند رسیدن به هدف یعنی یک مزیت رقابتی پایدار را بصورت سیستماتیک دنبال کنند. هوش تجاری به فرایند تبدیل داده های خام به اطلاعات تجاری و مدیریتی اطلاق میشود که به تصمیمگیرندگان سازمان کمک میکند تا تصمیمات خود را سریعتر و بهتر گرفته و بر اساس اطلاعات صحیح بهترینواکنش را در بازار رقابتی اتخاذ کنند.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، داده کاری، مزیت رقابتی، فضای کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/849066>

