

عنوان مقاله:

هوش کسب و کار

محل انتشار:

کنفرانس ملی فناوریهای نوین در کامپیوتر و مهندسی پزشکی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

نسرین فارسی - دانشجوی کارشناسی نرم افزار، دانشگاه خیام، مشهد

محمدرضا جعفری - عضو هیات علمی گروه مهندسی کامپیوتر، دانشکده مهندسی، دانشگاه خیام، مشهد

خلاصه مقاله:

از اوایل قرن 21، هوش کسب و کار به یکی از حیاتی ترین فرآیندهای هر سازمانی تبدیل شده است، با این هدف که بینشدرستی را برای سازمان به ارمغان بیاورد و در تصمیم گیری ها و بهبود عملکرد به مدیران و سازمانها کمک نماید. اطلاعاتنقش بسزایی در تصمیم گیری ایفا میکند. سهم عظیمی از اطلاعات تولید شده کنونی، محتویاتی است که روزانه بر روی رسانه ها و شبکه های اجتماعی ایجاد می شود. بنابراین شرکت ها بیشتر و بیشتر به استفاده از رسانه های اجتماعی برای تعامل با مشتریان روی می آورند. امروزه رسانه اجتماعی و هوشمندی کسب و کار جدا از هم نیستند و لذا مروری بر نقش رسانه اجتماعی بر هوش کسب و کار و ارتباط آنها در ادبیات، هدف پژوهش حاضر است. در این نوشتارهمچنین به مرور و بررسی تاثیر سیستم مدیریت کسب و کار هوشمند بر بهبود فرایند های سازمانی میپردازیم و همچنین ضمن بررسی چشم انداز تجزیه و تحلیل مدیریت کلان داده از نگاه هوشمندی کسب و کار، به عوامل تاثیرگذار بر مدیریت کلان داده ازدیدگاههای مختلف، نیز پرداخته شده است. و به راهکارهای هوشمندانه و موفق در عرصه بینالمللی نیز خواهیم پرداخت.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، هوشمندی کسب و کار، معماری ETL، مزیت رقابتی، مدیریت کلان، رسانه اجتماعی، اقتصاد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/860574>

