

عنوان مقاله:

نقش بازاریابی دیجیتالی در توسعه مهارت های حرفه ای کارآفرینی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

احمد محمدی - گروه صنعت، جهاد دانشگاهی اردبیل، مرکز آموزش علمی کاربردی، اردبیل، ایران

مریم نونهال گیلانده - گروه حسابداری، مرکز سرعین، دانشگاه آزاد اسلامی، سرعین، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه اکثر کسب و کارها به تکنولوژی به عنوان یک عامل کلیدی تقریباً در هر کاری متکی هستند. در حالیکه صاحبان کسب و کار به کارشناس فناوری اطلاعات نیازی ندارند، آنها باید روی کارکنان یا مشاورانی که این تخصص را دارند، سرمایه گذاری کنند. مشتریان می خواهند در مورد کسب و کار شما از طریق رسانه های اجتماعی یا وب سایت اطلاعات کسب کنند یا شاید بتوانند روند خرید را از طریق سفارش آنلاین و پرداخت بصورت ساده تر انجام دهند. مطالعه حاضر از طریق تحلیل ضروریترین مهارتهای بازاریابی دیجیتال در کارآفرینی و تشخیص فرصتهای موجود برای متخصصان بازاریابی دیجیتال آتی، به این مسئله می پردازد که چگونه تحول دیجیتال حرفه بازاریابی در کارآفرینی را دگرگون ساخته است. این مطالعه با تحلیل محتوای آگهی های شغلی در روزنامه ها و اینترنت بصورت آنلاین و آفلاین در 5 کشور اروپایی، چهارچوبی برای تعریف مجموعه مهارتهای ضروری متخصصان بازاریابی دیجیتال برای آغاز این کارآفرینی و پیشرفت در آن ارائه نموده است. پنج دسته مهارت اشتغالپذیری و 29 مهارت و توانایی در این بررسی مشخص شدهاند. اهمیت این دسته بندیها در شرکتهای دیجیتالی شده در سطوح مختلف نیز مورد تحلیل قرار گرفته است. این پژوهش به مباحث مرتبط با کارآفرینی فارغ التحصیلان جدید کمک خواهد کرد و راهنمایی های مفیدی در زمینه استعدادهای آتی بازاریابی برای دانشگاه ها، موسسات آموزش عالی، و شرکتهای ارائه میکند.

کلمات کلیدی:

اشتغال پذیری، مجموعه مهارتها، فارغ التحصیلان بازاریابی، دیجیتالی کردن، کارآفرینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915614>

