

عنوان مقاله:

استراتژی های بازاریابی در بازاریابی اینترنتی

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

پرنگ زادتوت آغاچ - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه تهران، تهران، ایران

مریم قدیری ترشاب - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

با گسترش شبکه اینترنت و توسعه تجارت الکترونیک، الگوهای تجارت و کسب و کار دچار دگرگونی شده، در نتیجه بخشهای مختلف کسب و کار از جمله بازاریابی نیز این امر تاثیر پذیرفته و تحولی بزرگ در استراتژیهای آن به وجود آمده است. یکی از راهکارهایی که ما را در رسیدن به اهداف بازاریابی خود یاری میرساند استفاده از محیط اینترنت و توجه به نقش مهم بازاریابی اینترنتی برای موفقیت می باشد. پس در اینجا به بررسی اهمیت و نقش اینترنت، استراتژیهای بازاریابی اینترنتی و همچنین بررسی چارچوبی برای استراتژیهای بازاریابی اینترنتی میپردازیم که به سازمانها در اتخاذ تصمیمات استراتژیک بازاریابی خود کمک می کند.

کلمات کلیدی:

اینترنت، بازاریابی اینترنتی، استراتژی بازاریابی اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/261371>

