

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و اینترنت در بازاریابی ویروسی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مهندسی کامپیوتر و فن آوری اطلاعات (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسنده:

محمد ظهیرنیا - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، پردیس فارابی دانشگاه تهران، ایران

خلاصه مقاله:

بازاریابی به عنوان علمی پویا در حال سازگاری با تحولات حاصل از انقلاب انفورماتیک است که محور اصلی این انقلاب ظهور فناوری اطلاعات و اینترنت می باشد امروزه فناوری اطلاعات به عنوان یک صنعت جدید در کشورهای توسعه یافته مطرح است و حجم قابل توجهی از سرمایه گذاری ها را در این کشورها به خود اختصاص داده است بازاریابی ویروسی از جمله آثار این انقلاب است با استفاده از این بازاریابی میتوان پیام را به هر تعداد ممکن میان مردم پخش کرد بدون آنکه پولی برای تبلیغات صرف شود هدف پژوهش حاضر نیز مطالعه تاثیر فناوری اطلاعات و اینترنت بر بازاریابی ویروسی است نتایج بیانگر این است که مفهومی به نام بازاریابی ویروسی باتاکید بر فناوری اطلاعات می تواند موفق واقع شود.

کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات؛ بازاریابی ویروسی؛ اینترنت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/467028>

