بازاریابی دیجیتال و تحقیقات بازاریابی

هسته و گروه پژوهشی

معرفی

فضای بازاریابی دیجیتال سبب جذب مشتریان بالقوه بیشتری برای کسب وکارخواهدشد.دراین هسته پژوهشی سعی برآن است که بانگرش برتغییرات همه جانبه تکنولوژی وآثارآن دربازاریابی دیجیتال،چگونگی به کارگیری بازاریابی دیجیتال وانجام تحقیقات بازاریابی در جهت افزایش سهم بازارشرکتهای مختلف راهکارهایی ارائه نماییم.

اهداف و برنامه‌ها

ارائه خدمات تخصصی کاربردی در زمینه بازاریابی

گسترش زمینه ارتباط با صنعت و ایجادشبکه مشاوره

تلاش در جهت ایجاد درآمدهای غیرشهریه ای

ساختار سازمانی

مسئول هسته: دکترغلامرضا کاظمی زاده استادیارعلوم اقتصادی

همکاران هسته: دکترعلی مالک دکترمحمدنصیری دکترزهرا رییسی

مزیت‌ها و سوابق

اساتید متخصص درحوزه بازاریابی و وجود تحصیلات تکمیلی در رشته های مدیریت بازرگانی وفناوری اطلاعات

تجهیزات

امکانات و تجهیزات دفتری

سایتهای کامپیوتری

اینترنت پرسرعت

نرم افزارهای شبیه سازی

راهکارو فرآیند حل مساله

یکپارچه سازی اقدامات سازمانی و تمرکز آن بر روی نیازهای بازارو جستجوی فعالانه و تولید اطلاعات مناسب میباشد

نیازمندی شکل گیری

پیروی ازآمیخته جدید بازاریابی که امکان تنفس سالم درمحیط الکترونیکی رافراهم کند،اهمیت مضاعف یافته است

مدل کسب و کار

درصورت عدم شرکت ویا نداشتن برنامه ریزی مناسب برای حضوردربازاریابی دیجیتال،مطمئناعرصه برای رقیبان باز خواهدشد. مشتریان انتظاردارند ارتباط میان آنها وارائه کنندگان کالایاخدمات بطورمداوم امکانپذیرباشد.تحقیقات بازاریابی همچنین میتواند به عنوان یک عامل مهم در تولید هوش در بازارگرایی مطرح شود و به تمرکز تلاشهای سازمان در جستجوی فعالانه و تولید اطلاعات مناسب بازاربه منظور تأمین نیازها و خواسته های مشتریان کمک نماید.برگزاری نشستهای مختلف با مدیران صنایع به عنوان شرکای کلیدی و معرفی توانمندیهای هسته پژوهشی در راستای ارائه خدمات تحقیقاتی-مشاوره ای وایجادجریان های درآمدی موردنظرخواهدبود.

حامیان و متقاضیان

واحدهای صنعتی

بنگاه های اقتصادی

فعالین حوزه بازرگانی

راه های ارتباطی

Dr.kazemi@iaut.ac.ir 0914311961

چهلمین سال تاسیس دانشگاه آزاد اسلامی در گام دوم انقلاب

رویداد ملی گام دوم