

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۳- دست نامه:

آشنایی با الگوها و تکنیک‌های مدیریت سیستم اطلاعاتی بازار (MIS) در

کسب و کار



مولفین:

سید احمد قاسمی؛ عضو هیات علمی پژوهشکده فرهنگ و هنر، معماری

مسلم خانی؛ استاد دانشگاه و مشاور کسب و کار و کارافریز

۱۳۹۸

سرشناسه:	فاسفی، سپیداده، ۱۳۴۷ -
عنوان و نام پدیدآور:	: آشنایی با الگوه و تکنیک های مدیریت سیستم اطلاعاتی [از] : کربس و کار / مؤلفین سپیداده فاسفی؛ مسلم خانی؛ [به سفارش:] وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
بندهای تحت عنوان:	: سری: انتشارات کار و دانشگاه، ۱۳۹۸.
موضوعات محوری:	: ۱۵۰ ص:، مصو: ۲۱/۵x۱۴/۵ سی.م.
فرمت:	: دستنامه: ۱۴.
شابک:	: 978-622-6581-14-1 / ۱۵۰۰۰۰ ریال
حیثیت فهرست نویسی:	: فیبا
یادداشت:	: کتابخانه: ص. ۵۹ - ۶۳.
توضیح:	: نظام های اطلاعاتی مدیریت Management information systems
موضوع:	: ذخیره و بازیابی اطلاعات Information storage and retrieval systems
موضوع:	: ثبت و کار
موضوع:	: Business
موضوع:	: خالی، ص. ۱ تا ۵۳ -
شناسه افزوده:	: ایران، رت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
شناسه گنجینه:	: HQT/101/210/1A
رده بندی دیویی:	: 754/201... 5 7114
رده هارک کتابشناسی ملی:	:

.....	مقدمه	۵
.....	ماموریت:	۸
.....	شناسایی مشکل problem identification به چه شکلی انجام میشود؟	۱۷
.....	چهار جریان مهم در سازمان را نام ببرید؟	۱۹
.....	حل مشکل Problem solution و فرآیند آنرا توضیح دهید؟	۲۰
.....	سیستم تحقیقات بازار چگونه کار میکند؟	۲۲
.....	نقاط فروش Point of sales را توضیح دهید؟	۲۳
.....	مدل علمی سیستم اطلاعات هوشمند بازاریابی چگونه است؟	۲۸
.....	ERP بررسی کل جریان enterprise به چه شکلی است؟	۲۹
.....	ERP	۳۴
.....	محورهای هندسی رویند: mu3 را توضیح دهید؟	۳۸
.....	سه نتیجه و استراتژی راهبرد شرکت چیست؟	۴۲
.....	سیستم اطلاعاتی بازاریابی و ضرورت‌های آن را بیان کنید؟	۴۴
.....	پنجره واحد کسب و کار چیست و کاربرد آن کدام است؟	۵۰
.....	RFD	۵۵
.....	روش ایجاد ترکیب یا Mix در بازار را بیان کنید؟	۶۰
.....	ضرورت‌های رقابت در بازاریابی چیست؟	۶۱
.....	نحوه ارتباط بین بخش خرید و فروش چیست؟	۶۲
.....	برای رسیدن به اهداف و رساندن خدمات به مشتری برنامه مناسب برای نیروی انسانی چیست؟	۶۲
.....	جایگاه سیستم اطلاعاتی بازاریابی در موفقیت کار و...	۶۴
.....	ماموریت:	۶۶
.....	اهداف	۶۶
.....	هدف تولید نرم افزار سیستم اطلاعات بازاریابی IMKIS	۶۶
.....	ضرورت بهره گیری از سامانه سیستم اطلاعاتی بازاریابی هر چند در تمامی کسب و	۶۶
.....	کارهای ایران IMKIS	۷۰
.....	مجموعه نیازهای اطلاعاتی بخش بازاریابی	۷۴
.....	یک سیستم اطلاعات بازاریابی مزایای بسیار زیادی را ارائه می‌کند:	۷۵
.....	نکات منفی	۷۶

مدیریتی از قابلیت‌های سیستم‌های و بانک‌های اطلاعاتی موجود در سازمان بی بهره مانده اند.

نرم افزارها و سیستم‌های موجود در سازمانها و شرکتها یا بطور کامل بصورت یک شبکه واحد با هم مرتبط نیستند و یا از هوشمندی لازم برای ارائه هر نوع گزارشی که مدیریت همراه با تحلیل برای مدیریت موسسه لازم دارد برخوردار نیست. - جمع اطلاعات در گردش داخل و خارج سازمان برای هر گونه امور مدیریتی که توسط یک سامانه هوشمند تحلیل و پیشنهاداتی را به مدیران ارائه دهد آماده است. - این عدم ورود فناوری طراحی سامانه های هوشمند در ایران این فرصت بزرگ را برای مدیریت بهتر و راحت و مطمئنتر از مدیران سلب نموده است.

ایجاد سامانه یکپارچه به همراه بانک اطلاعاتی یکپارچه و ایجاد پایگاه دانش تخصص برای هر شرکت یا سازمان برای هوشمند سازی سیستمها و در نهایت کمک به نقش مدیریتی دقیق رباتیک از طریق هوش مصنوعی برای مدیریت دقیق و کمک خطا توسط این گروه صورت خواهد گرفت