



دومین همایش علمی پژوهشی توسعه و ترویج فرهنگ و هنر ایران



۱۴۰۱/۱۰/۲۲

art.confnashr.ir

اصفهان

نقش بازاریابی الکترونیک در توسعه کسب و کار مد و پوشاک

علی محمودی عالمی^۱، درنا رجبی فرد^{۲*}

1- استاد یار گروه هنر دانشگاه مارلیک نوشهر alimahmodialami@yahoo.com

2- کارشناس ارشد طراحی پارچه و لباس دانشگاه مارلیک نوشهر dorna.rajabifard@gmail.com

.....

چکیده

با رشد روز افزون جمعیت نیاز انسان به داشتن شغل افزایش داشته است در نقطه ی مقابل نیز نیاز بشریت به پوشاک قرار دارد. در عصر جدید بازار ها پاسخ گوی جابگویی به این دو نیاز نیستند لیکن بازار یابی الکترونیک یک راه حل بسیار مناسب هم برای ایجاد شغل جدید خصوصا برای افرادی که تمایل دارند کسب و کار مستقل خود را داشته باشند و هم برای تسهیل در ارائه ی مد های جدید و فروش پوشاک در سراسر جهان است. امروزه طراحان و تولید کنندگان مد و پوشاک می توانند با راه اندازی سایت و شبکه های سوشال مدیا به ارائه ی محصولات و خدمات خود بپردازند. این مقاله سعی دارد به بررسی نقش بازاریابی اینترنتی بر توسعه مد و فروش پوشاک بپردازد در تحقیق حاضر ابتدا به معرفی بازار یابی و بازار یابی اینترنتی پرداخته شده و سپس در مورد مهارت های بازاریابی اینترنتی و تاثیر آن بر مد و پوشاک مطالبی بیان شده است.

کلمات کلیدی: کار آفرینی، کسب و کار، مد و پوشاک ، بازار یابی اینترنتی