

نظم المعلوماتية في التسويق

الثورة المعلوماتية: مرت البشرية بعدة ثورات أولها الثورة العلمية وثانيها الثورة الصناعية والثورة الحالية هي الثورة المعلوماتية (الثورة المعرفية).

والفجوة الحالية: هي الفجوة المعرفية وليست فجوة موارد واعتبار دخل الفرد والعلم أهم مؤشرات الدول المتقدمة في العالم بالإضافة إلى استثمار الموارد بشكل إيجابي.

إيجابيات الثورة المعلوماتية:

* التواصل بين الحضارات والأمم في مختلف المجالات الثقافية والإقتصادية والاجتماعية

* الحصول على المعلومات بسرعة وبأقل تكلفة وبأقل جهد وزمن

* إدارة الشركات أعمالها عن بعد (الإدارة عن بعد)

* تسهيل انتقال رؤوس الأموال وتوفير فرص العمل وتسهيل الأمور التعليمية .

سلبيات الثورة المعلوماتية :

* انتشار البطالة

* إلغاء الخصوصيات الاقتصادية والاجتماعية

* انتشار مشاكل اجتماعية واقتصادية

* الابتعاد عن القراءة والكتابة

* ضعف التواصل الاجتماعي

* الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي.

أثر المعلوماتية في التسويق:

سؤال: هل هناك أثر للمعلوماتية في التسويق؟

يؤثر على حياة الأفراد والمجتمعات سلباً وإيجاباً من خلال الفضائيات المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي حيث يلعب الإعلام الدولي والمراكز الإعلامية الكبرى في العالم دوراً هاماً ومؤثراً في التسويق الدولي والمحلي وقد شهد العصر الحالي متغيرات اقتصادية لعبت المعلوماتية دوراً كبيراً فيه من أهمها العولمة الاقتصادية التي تعمل على التحكم بالاقتصاد العالمي من خلال التقدم التكنولوجي والمعرفي في العالم , حيث تسيطر الشركات الاقتصادية الكبرى على المجتمعات بدلاً من الدول الكبرى من خلال التكنولوجيا الحديثة.

مخاطر المعلوماتية على التسويق:

* محاولات النصب والاحتيال والابتزاز الاقتصادية عبر وسائل المعلوماتية

* ضعف تأثير التكنولوجيا الحديثة (الفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي) بسبب قلة ثقة الناس بها وقلة المصداقية

* انعدام الخصوصية والغاء خصوصيات الشركات (السلع والخدمات والأفكار).

انتهت المحاضرة