

نقش بازاریابی محتوا دیجیتالی در توسعه مهارت های حرفه ای کارآفرینی

احمد محمدی^۱

۱- گروه صنعت ، مرکز آموزش علمی کاربردی جهاد دانشگاهی اردبیل، اردبیل، ایران

چکیده

امروزه اکثر کسب و کارها به تکنولوژی به عنوان یک عامل کلیدی تقریباً در هر کاری متکی هستند. در حالیکه صاحبان کسب و کار به کارشناس فناوری اطلاعات نیازی ندارند، آنها باید روی کارکنان یا مشاورانی که این تخصص را دارند، سرمایه گذاری کنند. مشتریان می خواهند در مورد کسب و کار شما از طریق رسانه های اجتماعی یا وب سایت اطلاعات کسب کنند یا شاید بتوانند روند خرید را از طریق سفارش آنلاین و پرداخت بصورت ساده تر انجام دهند. مطالعه حاضر از طریق تحلیل ضروری ترین مهارت های بازاریابی دیجیتال در کارآفرینی و تشخیص فرصت های موجود برای متخصصان بازاریابی دیجیتال آتی، به این مسئله می پردازد که چگونه تحول دیجیتال حرفه بازاریابی در کارآفرینی را دگرگون ساخته است. این مطالعه با تحلیل محتوای آگهی های شغلی در روزنامه ها و اینترنت بصورت آنلاین و آفلاین در ۵ کشور اروپایی، چهارچوبی برای تعریف مجموعه مهارت های ضروری متخصصان بازاریابی دیجیتال برای آغاز این کارآفرینی و پیشرفت در آن ارائه نموده است. پنج دسته مهارت اشتغال پذیری و ۲۹ مهارت و توانایی در این بررسی مشخص شده اند. اهمیت این دسته بندی ها در شرکت های دیجیتال شده در سطوح مختلف نیز مورد تحلیل قرار گرفته است. این پژوهش به مباحث مرتبط با کارآفرینی فارغ التحصیلان جدید کمک خواهد کرد و راهنمایی های مفیدی در زمینه استعداد های آتی بازاریابی برای دانشگاه ها، مؤسسات آموزش عالی، و شرکتها ارائه می کند.

کلمات کلیدی: اشتغال پذیری، مجموعه مهارت ها، فارغ التحصیلان بازاریابی، دیجیتالی کردن

۱. مقدمه

در طول ۱۵ سال گذشته، تحول دیجیتال کسب و کارها انقلابی در نقش بازاریابی در شرکت ها ایجاد نموده است. فناوری ها کاملاً در حال تغییرات بوده و شرکت ها باید خود را تطبیق دهند. در حال برای کسب و کار ها لازم است به منظور ارتقاء کالاها و خدمات بصورت دیجیتالی نیز در بازار باشد. بازاریابی دیجیتال برای حرفه ای ها، دانشجویان و کارآفرینان مورد نیاز است و مهارت های کارآفرینی را در زمینه تبلیغاتی بهبود می بخشد و در مواجهه با کسب و کار به ایجاد تعادل می انجامد. دوره های بازاریابی دیجیتال برای شرکتها، کارآفرینان و متخصصان طراحی رسانه های دیجیتال لازم می باشد. این دوره ها به توسعه مهارت های لازم برای استفاده از فناوری اینترنت و رایانه جهت دستیابی به اهداف بازاریابی در زمینه شغلی کمک می کند. پس از بررسی استاندارد اصول اساسی بازاریابی، توجه ویژه ی به محیط دیجیتال می شود. مباحث لازم جهت یادگیری شامل تولید محتوا، استراتژی های جستجو در کلمات کلیدی و تکنیک های بازاریابی در شبکه های اجتماعی همچنین در مورد رفتار مصرف کننده و نحوه انتخاب توسط خریداران آنلاین است.

رسانه های دیجیتال و اجتماعی راه ارتباطی، تحقیق، تعامل، ایجاد روابط و مزایای کسب و کار را تغییر داده اند. رفتار ما در دهه اخیر تکامل یافته است، شیوه فعالیت روزانه ما در تلفن همراه، استفاده از برنامه ها، وب سایت و سهولت دسترسی به اطلاعات است. تقریباً هر