

## عنوان مقاله:

بررسی فعالیت های بازاریابی درونی و ارتباط آن با رفتار شهروندی در بانک پاسارگاد

## محل انتشار:

همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

حمید عبدی - دانشجوی کارشناسی، مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی الکترونیکی ایرانیان، تهران، ایران،

## خلاصه مقاله:

این بررسی در خصوص فعالیتهای بازار یابی درونی و ارتباط آن با رفتار شهروندی در بانک پاسارگاد از جنبه محیط داخلی و خارجی، کارکنان، مشتریان، رقبا، محیط فرهنگی اقتصادی یا سیاسی و همچنین رویکرد و استراتژیهای صحیح و شناخت نیازهای متفاوت بازار و مشتریان و در پایان به مدیریت بازاریابی و مسولیتهای اجتماعی در بانک پاسارگاد و روند رشد سریع آن میپردازیم

## کلمات کلیدی:

بازاریابی درونی، بانک، رفتار شهروندی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1044716>

