

عنوان مقاله:

تاثیر برند گرایی بر عملکرد برند با تبیین نقش میانجی مدیریت استراتژیک برند و هم آفرینی ارزش مشتری (مورد مطالعه: دانشگاه کابل)

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

فراز صادق وزیری - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

سهیلا خدای - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

یعقوب رشنودی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

زبیر احمد صادقی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه، دنیای معاصر به دلیل افزایش رقابت روزافزون در حوزه آموزش عالی در سطح ملی و بین المللی، شاهد رخداد تغییراتی استراتژیک همپای محیط کلان در سراسر جهان است که از سیاست گذاری و ساختار گرفته تا خط مشی را تحت تاثیر قرار داده است. در این راستا، پژوهش حاضر با تبیین نقش میانجی مدیریت استراتژیک برند و هم آفرینی ارزش مشتری به بررسی تاثیر برند گرایی بر عملکرد برند دانشگاه و موسسات آموزش عالی می پردازد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش دانشجویان و کارکنان دانشگاه کابل انتخاب شد و حجم نمونه از طریق روش کلاین ۲۳۰ نفر تعیین گردید. داده های پژوهش از طریق پرسشنامه های استاندارد گردآوری و تجزیه و تحلیل داده ها با نرم افزار SPSS نسخه ۲۶ و Smart PLS نسخه ۳ صورت پذیرفت. تمامی فرضیه های تحقیق تایید شدند. یافته ها نشان داد برند گرایی بر سه متغیر مدیریت استراتژیک برند، هم آفرینی ارزش مشتری و عملکرد برند تاثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین تاثیر مثبت و معنادار متغیر مدیریت استراتژیک برند و هم آفرینی ارزش مشتری، نقش میانجیگری این دو متغیر را تبیین نمود. مدیران موسسات آموزش عالی با حرکات به سمت برند گرایی و بهره گیری از مدیریت استراتژیک برند و هم آفرینی ارزش مشتری و به کارگیری هم زمان این دو در فرآیند برند سازی، قادر خواهند بود اقداماتی انجام دهند که بر عملکرد برند موسسات آنها تاثیر مثبتی داشته باشد.

کلمات کلیدی:

برند گرایی، مدیریت استراتژیک برند، هم آفرینی ارزش مشتری، عملکرد برند، صنعت آموزش عالی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1261351>

