

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رفتار ماکیاولیسم گرایی بر هوش هیجانی و استراتژی بازاریابی در شرکت های شهرک صنعتی یزد

## محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

آرمان سعیدی میرک محله - ارشد مدیریت کسب و کار، شاخه استراتژی دانشگاه مالک اشتر تهران

همایون اشکورجیری - استاد گروه حسابداری، دانشگاه فنی و حرفه ای شهید صدوقی یزد

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر رفتار ماکیاولیسم گرایی بر هوش هیجانی و استراتژی بازاریابی در شرکت های شهرک صنعتی یزد می باشد. ماکیاولیسم، یک اصطلاح است که روانشناسان اجتماعی و شخصیت، از آن برای توصیف تمایل به تقلب و گمراه کردن دیگران به منظور دستیابی به منافع شخصی، استفاده میکنند که معمولاً با تجاوز به حقوق دیگران مرتبط است. هوش هیجانی یک عامل فردی است که بر عملکرد فرد اثر می گذارد. هوش هیجانی مجموعه ای از توانایی ها، قابلیت ها و مهارت هایی است که فرد را برای سازگاری موثر با محیط و نیل به موفقیت در زندگی تجهیز می کند. روش تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی هست که برحسب روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی است و با بهکارگیری ابزار پرسشنامه داده های موردنیاز جمع آوری شده است. در این تحقیق جامعه آماری کارکنان شرکتهای شهرک صنعتی یزد می باشد. با توجه به اینکه تعداد کارکنان شرکتهای شهرک صنعتی یزد مشخص نیست از فرمول کوکران با حجم جامعه نامحدود برای تعیین تعداد نمونه استفاده میگردد. ۳۸۴ پرسشنامه بین نمونه های در دسترس توزیع شد و تعداد ۱۶۳ پرسشنامه قابلقبول جمع آوری گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار Smart pls انجام شده است. بررسی کلی نتایج آزمون فرضیات نشان داد که رفتار ماکیاولیسم گرایی بر هوش هیجانی و استراتژی بازاریابی تاثیر مستقیم و معناداری را نشان می دهد.

## کلمات کلیدی:

رفتار ماکیاولیسم گرایی، هوش هیجانی، استراتژی بازاریابی، شهرک صنعتی یزد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1511095>

