

عنوان مقاله:

اثر مهارت سواد دیجیتال بر یادگیری کارکنان بازاریابی در راستای افزایش فروش محصولات ایران خودرو

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

محمدرضا مهرآرا - کارشناس ارشد مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی

میثم عاقلی - گروه مدیریت، واحد اشکذر، دانشگاه آزاد اسلامی اشکذر، ایران

پریسا جلالی - دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

خلاصه مقاله:

مدیران به عنوان پیشگامان تحول به منظور بهره گیری از هر چه بیشتر از امکانات و تسهیلات فناوری های اطلاعاتی و ارتباطات میبایست از سواد دیجیتالی و اطلاعاتی مطلوبی برخوردار باشند و با آموزش به کارکنان خود مسبب افزایش فروش محصولات شوند. تحقیق حاضر باهدف اثر مهارت سواد دیجیتال بر یادگیری کارکنان بازاریابی در راستای افزایش فروش محصولات ایران خودرو صورت گرفته است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش در زمره تحقیقات توصیفی - پیمایشی قرار میگیرد. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه کارکنان بازاریابی میباشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است که با توجه به جامعه آماری، حجم نمونه مورد نیاز پژوهش ۱۳۴ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسشنامه میباشد که پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰.۸۰ تایید شد. نتایج نشان داد که سواد دیجیتال بر دو مولفه بعد نگرش ها و ادراکات و عادت های ذهنی تاثیر نداشته. ولی بر سه مولفه بعد بسط و اصلاح دانش، اکتساب و درهم تنیدن دانش و استفاده معنی دار از دانش تاثیرگذار میباشد.

کلمات کلیدی:

سواد دیجیتال، یادگیری کارکنان، ایرانخودرو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1566309>

