

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر تبادل دانش ضمنی بین بخش بازاریابی و بخش فروش

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

مرتضی ملکی - استادیار و عضو هیئت علمی، دانشگاه سمنان

مریم توتونچی تبریزی - دانشجوی کارشناسی ارشد MBA، دانشگاه سمنان

## خلاصه مقاله:

این مقاله به بررسی تأثیر پنج عامل کیفیت ارتباط بین بخشها، اعتماد همکاران فرصتهای اجتماعی، تعارض بین بخشها و حمایت مدیر ارشد، بر روی تبادل دانش ضمنی بین بخش بازاریابی و فروش می پردازد. این پژوهش از نوع توصیفی همبستگی بوده و داده های مورد نیاز با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شده است. روایی پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تأییدی و پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت جامعه آماری پژوهش فروشندگان نمایندگی های بیمه کارآفرین در استان تهران می باشد. هر پنج عامل کیفیت ارتباط بین بخشها، اعتماد همکاران، فرصتهای اجتماعی، تعارض بین بخشها و حمایت مدیری ارشد، بر روی تبادل دانش ضمنی بین بخش بازاریابی و فروش تأثیر دارند.

## کلمات کلیدی:

تبادل دانش ضمنی، کیفیت بین بخشها، اعتماد همکاران، فرصتهای اجتماعی، تعارض بین بخشها، حمایت مدیر ارشد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/392822>

