

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سبک رهبری بر رفتار بازاریابی غیراخلاقی درک شده

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سیدجمال قادری نسب - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

داریوش غلامزاده - استادیار، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر سبک رهبری بر رفتار بازاریابی غیر اخلاقی درک شده انجام شده است. روش پژوهش حاضر، توصیفی - پیمایشی و ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه بوده است. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان یک شرکت تولیدی و ارائه کننده خدمات در خودروسازی و مشتریان شرکت مذکور می باشد. تعداد نمونه با توجه به جدول مورگان به این صورت تعیین شده است که برای جامعه کارکنان با تعداد 282 نفر کارمند، 262 نفر به عنوان نمونه آماری و تعداد نمونه آماری برای مشتریان شرکت با توجه به نا محدود بودن تعداد جامعه مشتمل بر 483 نفر است که به روش تصادفی انتخاب شده اند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای PLS و SPSS استفاده شده است. نتایج حکایت از آن داشت که رهبری تحول آفرین بر رفتار بازاریابی غیر اخلاقی درک شده تاثیر منفی دارد

کلمات کلیدی:

رهبری، رهبری تبادلی، رهبری تحول آفرین، بازاریابی غیراخلاقی درک شده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/435369>

