

عنوان مقاله:

کیفیت ارتباط کسب و کار در بازاریابی و اندازه گیری مبتنی بر تعامل

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

سمیرا پاکویی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

خلاصه مقاله:

این تحقیق که با عنوان بررسی کیفیت ارتباط کسب و کار در بازاریابی و اندازه گیری مبتنی بر تعامل انجام شده است. روش انجام تحقیق بر مبنای هدف تحقیق از نوع کاربردی است و از لحاظ روش در دسته تحقیقات توصیفی- همبستگی قرار می گیرد. در تحقیق حاضر جامعه آماری بنیاد مسکن استان مرکزی می باشد. ابزار گردآوری داده های مورد نیاز تحقیق پرسشنامه است که از مجموع 73 پرسشنامه توزیع شده در شرکت ها 65 پرسشنامه قابل استفاده بوده و نمونه گیری از نتوع در دسترس می باشد و برای روش تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. و برای پایایی و روایی پرسشنامه از نظر صاحب نظران و روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. این تحقیق دارای 6 فرضیه می باشد که 6 فرضیه تأیید شد. نتایج تحقیق حاکی از تاثیر مثبت متغیرهای تعامل همکاری جوکاری کیفیت خدمات رضایت مشتری و قصد رفتاری بر کیفیت رابطه می باشد.

کلمات کلیدی:

کیفیت ارتباط کسب و کار جوکاری کیفیت خدمات رضایت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/513205>

