

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی و بازاریابی در سازمان های خدماتی (مطالعه موردی: بانک مسکن شهر اراک)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن 21 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

محمد امین جمشیدیان - باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی و بازاریابی است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش در زمره تحقیقات علی است. جامعه آماری، کارکنان بانک مسکن شهر اراک می باشد. طبق آمار کارگزینی، این بانک دارای 150 کارمند در شهر اراک می باشد. به منظور برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است که حجم نمونه برابر با 108 نفر محاسبه گردید. در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است. یافته های پژوهش حاکی از تاثیر مثبت بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی و بازاریابی است. تعهد سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی دارای تاثیر مثبت بر بازاریابی است. همچنین تعهد سازمانی دارای تاثیر مثبت بر رفتار شهروندی سازمانی است.

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، بازاریابی، تعهد سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/538132>

