

عنوان مقاله:

ارتباط بازاریابی داخلی با بازاریابی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان گلستان

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی علوم کاربردی در ورزش (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

ابوالفضل تجری - گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، علی آباد کتول، ایران

سعید قربانی - گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، علی آباد کتول، ایران

روح الله سمیعی - گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق ارتباط بازاریابی درونی با بازاریابی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان گلستان بود. روش تحقیق این پژوهش، توصیفی، از نوع پیمایشی می باشد که به صورت میدانی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان گلستان در سال 1394 به تعداد 180 نفر می باشد. که برحسب جدول کوکران، 122 نفر به عنوان نمونه ی آماری انتخاب شدند. برای جمع آوری داده های تحقیق از پرسش نامه های آواد و آگتی (1998) استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد بین بازاریابی داخلی با بازاریابی کارکنان اداره ورزش و جوانان ادارات استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهاد می شود مدیران سازمان در تقویت احساس شایستگی کارکنان، احساس داشتن حق انتخاب، موثر بودن، مهم بودن و احساس اعتماد به دیگران کوشا باشند همچنین با کاهش تفاوت سطح دستمزد دریافتی کارکنان در عرض سازمان و همچنین کاهش سطح تفاوت مقام در ارتباطات سازمانی نسبت به افزایش سطح بازاریابی درونی سازمان خود اقدام نمایند .

کلمات کلیدی:

بازاریابی درونی، بازاریابی، کارکنان ادارات ورزش و جوانان گلستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/568969>

