

عنوان مقاله:

تبیین رابطه مولفه‌های مدیریت دانش در اجرای استراتژی‌های مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت مگاموتور

محل انتشار:

کنفرانس جامع علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

فرهنگ محبوبی ملالی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد تهران غرب

اسفندیار دشمن زیاری - دانشگاه آزاد تهران غرب

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش مولفه‌های مدیریت دانش در اجرای استراتژی‌های مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت مگاموتور انجام شد. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و جامعه آماری آن کلیه مدیران و کارشناسان شرکت مگاموتور بود. از میان این تعداد با استفاده از فرمول کوکران 162 نفر با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب انتخاب شد. پرسشنامه‌های استقرار مدیریت دانش و اجرای استراتژی‌های مدیریت ارتباط با مشتری محقق ساخته برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها با نظرخواهی از متخصصان تأمین شد و پایایی آنها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب 0.88 و 0.82 بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. براساس یافته‌ها مولفه‌های مدیریت دانش در اجرای استراتژی‌های مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت مگاموتور نقش مثبت معنی‌داری دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، استراتژی، مدیریت ارتباط با مشتری، سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/605935>

