

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی بر ارتباطات داخلی رسمی در بانک پاسارگاد

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت ، اقتصاد و توسعه (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

زهرا دیهیم نازلو - گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

ماندان مومنی - گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف تعیین تاثیر تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی بر ارتباطات داخلی رسمی در بانک پاسارگاد انجام گرفت. روش تحقیق به کار برده شده در این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری داده ها توصیفی- پیمایشی و میدانی می باشد. جامعه آماری تحقیق، کلیه کارکنان ستادی بانک پاسارگاد در شهر تهران می باشد که تعداد آن 1200 نفر میباشد. روش نمونه گیری مورد استفاده در این تحقیق از نوع تصادفی ساده می باشد. لذا تعداد اعضای نمونه با استفاده از فرمول کوکران، 291 نفر می باشد. به منظور گردآوری داده های مورد نیاز از پرسشنامه استاندارد استفاده گردید و پس از بررسی روایی و پایایی مجدد آن، بین افراد نمونه توزیع و جمع آوری گردید. نتایج پژوهش حاکی از این است که تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی بر ارتباطات داخلی رسمی در بانک پاسارگاد تاثیر دارد.

## کلمات کلیدی:

تعهد مدیریت ، بازاریابی داخلی ، ارتباطات داخلی رسمی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/749873>

