

عنوان مقاله:

تاثیر کیفیت خدمات و نوآوری بر موفقیت بازاریابی دهان به دهان و شفاهی (مورد مطالعه: آژانس های مسافرتی در شهر تهران)

محل انتشار:

کنگره بین المللی علوم و مهندسی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

احسان احمد مطلق - استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور استان تهران

آزاده مبینی - دانش آموز، دانشکده پیام نور تهران

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر کیفیت خدمات و نوآوری بر موفقیت بازاریابی دهان به دهان و شفاهی می باشد. روش پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی است. به لحاظ روش نیز از نوع پژوهش های توصیفی- همبستگی (غیرآزمایشی) است. روش گردآوری داده ها، میدانی و نوع داده ها کمی است. جامعه آماری دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور شهر ری هستند که تعداد 252 نفر به صورت تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در این تحقیق، داده های ثانویه از طریق روش کتابخانه ای شامل مطالعه کتاب ها، مقالات، پایان نامه ها و دیگر اسناد و مدارک جمع آوری شده است. هم چنین برای جمع آوری داده ها از ابزار پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. در این پژوهش برای به دست آوردن پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرون باخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرون باخ پرسشنامه 2/232، به دست آمد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از روش آماری رگرسیون استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که در مجموع کیفیت خدمات و نوآوری بر موفقیت بازاریابی دهان به دهان و شفاهی تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، نوآوری، بازاریابی، تبلیغات شفاهی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/755577>

