

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی و ارتباطات درون سازمانی بر نگرش شغلی کارکنان بانک صادرات استان ایلام

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

علی احمدی - گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران

مسعود قربان حسینی - استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی و ارتباطات درون سازمانی بر نگرش شغلی کارکنان بانک صادرات استان ایلام بوده است. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از حیث ماهیت توصیفی- علی بوده است. جامعه آماری در این پژوهش کلیه کارکنان بانک صادرات استان ایلام بود که از میان آنان تعداد 159 نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه استاندارد تو و همکاران (2015) بوده است. در تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار Smart PLS استفاده شد. یافته های مهم پژوهش حاکی از آن است که: تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی تاثیر مثبت و معناداری بر ارتباطات رسمی درون سازمانی می گذارد. تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی و ارتباطات رسمی درون سازمانی تاثیر مثبت و معنی داری بر ارتباطات غیررسمی درون سازمانی می گذارند. تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی، ارتباطات رسمی درون سازمانی و ارتباطات غیررسمی درون سازمانی تاثیر مثبت و معنی داری بر نگرش شغلی می گذارند.

کلمات کلیدی:

تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی، ارتباطات رسمی درون سازمانی، ارتباطات غیررسمی درون سازمانی، نگرش شغلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756951>

