

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر استراتژی های بازاریابی بر استراتژی های کسب و کار

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت ، اقتصاد و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

طیبه صالحی سرور - گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران.

حسین سلیمیان - استادیار، گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران.

حسین سلیمانی - استادیار، گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران.

خلاصه مقاله:

تحقیق از نظر هدف کاربردی و از جهت روش گردآوری داده ها، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری کارکنان بانک ملت شهر همدان می باد که تعداد آنها 220 نفر می باشد. حجم نمونه تحقیق با توجه به جدول مورگان تعداد 140 نفر تعیین شد. روش نمونه گیری تصادفی ساده میباشد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می باشد. جهت سنجش روایی پرسشنامه ها از روایی صوری استفاده شد و جهت سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که پایایی پرسشنامه استراتژی های بازاریابی 0.856 و پایایی پرسشنامه استراتژیهای کسب و کار 0.829 بدست آمد. جهت سنجش تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون کلموگروف اسمیرنوف و آزمون ضریب همبستگی پیرسون و نیز آزمون رگرسیون چند گانه استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد استراتژی های بازاریابی بر استراتژی های کسب و کار در شعب بانک ملت شهر همدان تاثیر مثبت و معناداری دارد

کلمات کلیدی:

استراتژیهای بازاریابی، استراتژیهای کسب و کار، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/782321>

