

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت هویت سازمانی برند بر عملکرد برند و رضایت شغلی

محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت با رویکرد اقتصاد مقاومتی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

جواد ترابی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

مطالعه در زمینه مدیریت هویت برند در بخش خدماتی برای بانکها اهمیت ویژه ای دارد زیرا این سازمانها به شدت تحت تاثیر بحران بانکداری و اقتصادی قرار گرفته اند. بانک ها علاوه بر مشکلات مالی به تازگی با کاهش اعتماد و اطمینان مشتری ها نیز رو به رو شده اند. در این شرایط باید اعتماد و اطمینان مشتریها را باز گرداند و تلاش کرد که تصویری مثبت از سازمان ارایه داد. مدیریت هویت برند شرکت و نقش کارمندان در این فرآیند پیچیده اهمیت ویژه ای پیدا میکند. بنابراین هدف این پژوهش درک بهتر آثار مدیریت برند شرکت است. برای رسیدن به این هدف، مدیریت هویت برند از دیدگاه کارمندان در بانک-های دولتی و خصوصی استان فارس بررسی میشود. این پژوهش به دنبال بررسی تاثیر مدیریت هویت سازمانی برند بر عملکرد برند و رضایت شغلی بوده است. یافته ها حاکی از آن است که مدیریت هویت برند تعهد کارمندان به سازمان را افزایش میدهد که به نوبه خود موجب بهبود عملکرد برند و افزایش رضایت کارمندان از شغل خود میشود.

کلمات کلیدی:

عملکرد برند، رضایت شغلی، مدیریت هویت سازمانی برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/783112>

