

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان شهرداری مشهد

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و نهمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

لیلا سادات هاشمی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی، موسسه آموزش عالی تابران

محمدرضا ذبیحی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی مشهد

وحیده طبسی لطف آبادی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی تابران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش، بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر رفتار شهروندی کارکنان است. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان ستاد شهرداری مشهد به تعداد 1052 نفر بوده است که از بین آنها 281 نفر از طریق فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب شدند، در این پژوهش از روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس بوده و پایایی در این تحقیق با استفاده از آلفای کرونباخ تایید شد. آزمون فرضیات به روش مدلیابی معادلات ساختاری و به کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس انجام پذیرفته است. نتایج پژوهش نشان می دهد، بازاریابی داخلی تاثیر زیادی بر رفتار شهروندی کارکنان دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، رفتار شهروندی، شهرداری مشهد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/826821>

