

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر فهم برند بر عملکرد برند (مورد مطالعه: یک سازمان دولتی در شهر مشهد)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و کسب و کار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

احسان محمدی باجگیران - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت اجرایی (گرایش استراتژیک)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

خلاصه مقاله:

امروزه، بسیاری از سازمان ها به این باور رسیده اند که یکی از باارزش ترین دارایی هایشان، برند محصولات و خدمات آنها است. علاوه بر این درک اینکه چگونه برندها میتوانند از پیامدهای عملکرد منتفع شوند به حوزه های موردعلاقه در مدیریت فزاینده برند تبدیل شده است. لذا هدف پژوهش حاضر، یافتن تاثیر فهم برند و هویت برند خدماتی بر عملکرد برند با میانجیگری تعهد به برند می باشد. این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه جمع آوری داده ها توصیفی و پیمایشی است. با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده، 210 نفر از 460 نفر کارکنان یک سازمان دولتی، پرسشنامه را تکمیل کردند. تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز به کمک روش مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) و نرم افزار Amos صورت پذیرفت. نتایج حاکی از تایید تاثیر فهم بر عملکرد برند می باشد.

کلمات کلیدی:

فهم برند، عملکرد برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/828380>

