

عنوان مقاله:

مروری بر نقش اخلاق حرفه ای بر مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی حسابداری-مدیریت و اقتصاد با رویکرد اشتغال پایدار و نقش آن در رشد صنعت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

روح انگیز خسروی - گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

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

زهرا شیرازیان - استادیار، گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

خلاصه مقاله:

این مقاله که با هدف مروری بر نقش اخلاق حرفه ای بر مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان انجام شده است از نوع تحقیقات علمی مروری نیز میباشد. امروزه داشتن اخلاق حرفه‌ای، به عنوان یک مزیت رقابتی در سازمان مطرح می باشد. مبحث اخلاقیات سازمانی امروزه نقش پراهمیتی را در جهان حوزه سازمان، یافته است. بنابراین مدیران کارکنان سازمان ها، برای ایفای امور سازمانی خود افزون بر معیارهای سازمانی قانونی نیاز به مجموعه ای از رهنمودهای اخلاقی ارزشی دارند که آنها را در رفتارها اعمال سازمانی یاری دهند. در چند سال اخیر واژه مدیریت ارتباط با مشتری توجه فراوانی را در حوزه بازاریابی، فناوری اطلاعات و... به خود جلب نموده است. سازمانها بطور گسترده ای تشخیص داده‌اند مشتریان مهمترین داراییشان هستند به روابط با مشتریان به عنوان مبادلاتی سودمند متقابل نیز فرصت هایی که نیاز به مدیریت دارد، می نگرند. هدف از نگارش این تحقیق مروری بر نقش اخلاق حرفه‌ای بر مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان می باشد در نهایت به جمع بندی نتیجه گیری می پردازیم.

کلمات کلیدی:

اخلاق حرفه ای، مدیریت ارتباط با مشتری، کارکنان، سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/844563>

