

عنوان مقاله:

تیبین عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش قابلیت های بازاریابی در صنعت بانکداری

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی توانمند سازی جامعه در حوزه علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

الهام علی آقایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بین الملل موسسه آموزش عالی فارابی

وحیده دائمی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، تیبین عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش قابلیت های بازاریابی در صنعت بانکداری است. این تحقیق از حیث هدف کاربردی، از نظر روش اجرا توصیفی پیمایشی و از نظر روش گردآوری کمی (میدانی) است. جامعه آماری این پژوهش، شامل کارکنان مدیریت شعب منطقه مرکزی بانک سپه شهر تهران می باشند، که بالغ بر 183 نفر می باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، به تعداد 124 نفر در نظر گرفته شد و نمونه گیری باروش تصادفی ساده متناسب با حجم جامعه صورت پذیرفت. در این تحقیق، اطلاعات توسط پرسشنامه ای که روایی و پایایی آن اثبات گردیده است، جمع آوری گردید. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده ها، با توجه به نرمال بودن داده ها از آزمون همبستگی پیرسون توسط نرم افزار Spss 22 استفاده گردید. نتایج یافته های این تحقیق نشان داد که بین قابلیت های بازاریابی و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

قابلیت های بازاریابی، عملکرد سازمانی، صنعت بانکداری.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/877895>

