

عنوان مقاله:

بررسی رابطه میان افشای اطلاعات مسئولیت های اجتماعی و بازاریابی بین الملل

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت کسب و کار و بازرگانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

نازنین تیموری - استاد راهنما، موسسه آموزش عالی فارابی

سهیلا کچلو - کارشناس ارشد رشته مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی فارابی

خلاصه مقاله:

در مطالعه حاضر، رابطه میان افشای اطلاعات مسئولیت های اجتماعی و بازاریابی بین الملل مورد واکاوی و بررسی قرار گرفته است. به منظور حصول اهداف و آزمون فرضیه های تدوین شده، محقق ضمن انتخاب شرکت های بازاریابی حاضر در استان البرز با استفاده از نمونه گیری به روش کوکران، به انجام آزمون فروض کلاسیک خواهد پرداخت. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش حاکی از این امر بود که میان اطلاعات مربوط به محیط زیست و بازاریابی بین الملل؛ رابطه مثبت و معنادار، میان اطلاعات مربوط به تولید و بازاریابی بین الملل؛ رابطه مثبت و معنادار و میان اطلاعات به مشارکت اجتماعی و بازاریابی بین الملل رابطه مثبت و معنادار وجود داشته و میان اطلاعات مربوط به روابط کارکنان و بازاریابی بین الملل؛ رابطه معناداری وجود ندارد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت های اجتماعی، بازاریابی بین الملل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/926090>

