

عنوان مقاله:

بررسی اثرات مدیریت برند بر هویت سازمانی، درگیری شغلی و رفتار شهروندی سازمانی شعب بانک صادرات در شهر کرمانشاه

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی تجزیه و تحلیل داده های آماری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

رومینا ایزدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بین المللی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر مدیریت برند بر هویت سازمانی، درگیری شغلی و رفتار شهروندی سازمانی شعب بانک صادرات در شهر کرمانشاه، تحقیقی است توصیفی با نتایج کاربردی که به روش کمی وبا ابزار پیمایشی میدانی صورت پذیرفته است، جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان و روسا و معاونین شعب بانک صادرات در شهر کرمانشاه بوده و ۲۷۸ نفر به عنوان نمونه با روش نمونه گیری تصادفی در دسترس انتخاب گردیدند. ابزار سنجش در تحقیق حاضر پرسشنامه است که روایی آن توسط اساتید مورد تایید قرار گرفت. پایایی متغیرهای پژوهش با ضریب آلفای کرونباخ بیش از ۰.۷ بود. جهت آزمون فرضیه ها از آزمون آماری مدلسازی معادلات ساختاری با کمک نرم افزار Amose استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت برند بر هویت سازمانی، درگیری شغلی و رفتار شهروندی سازمانی در شعب بانک صادرات در شهر کرمانشاه تاثیر مثبت و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت برند، هویت سازمانی، درگیری شغلی، رفتار شهروندی سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1764813>

