

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین عملکرد و اخلاقیت در پروژه های بازاریابی سطح بین المللی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی فرهنگی اجتماعی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

هومن توکلیان - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین ایران

بیت الله اکبری مقدم - استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه بین عملکرد و اخلاقیت در پروژه های بازاریابی سطح بین المللی در شرکت های بین المللی شهرک صنعتی قزوین است. تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق کارکنان اداری سه شرکت بین المللی سندن نسله و گروه صنعتی ارتا که تعداد آنها 320 نفر می باشد از جامعه مورد نظر نمونه گیری بعمل آمد برای نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی در دسترس استفاده گردید. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان بدست آمد و تعداد 175 نفر از کارکنان به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شدند برای جمع اوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده گردید. داده های جمع اوری شده از پرسشنامه ها با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار آموس استفاده گردید. نتایج حاصل از بررسی فرضیات تحقیق نشان داد که بین عملکرد و اخلاقیت در پروژه های بازاریابی سطح بین المللی رابطه وجود دارد برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار های SPSS21 و Amos23 استفاده گردید.

کلمات کلیدی:

عملکرد ، اخلاقیت ، پروژه های بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/410637>

