

عنوان مقاله:

ارزیابی رابطه بین جهت گیری استراتژیک سازمان و عملکرد آن با در نظر گرفتن قابلیت های بازاریابی (مورد مطالعه: آموزش عالی)

محل انتشار:

چهاردهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مرتضی بذرافشان - هیات علمی دانشگاه آزاد لاهیجان، گروه مهندسی صنایع

سمیرا سلیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد لاهیجان

خلاصه مقاله:

ارتقای کیفیت عملکرد دانشگاه ها در گرو کارکنانی توانمند است. از اینرو، شناسایی عواملی که بر عملکرد کارکنان موثر می باشد، یکی از مسیولیت های مهم مسیولان دانشگاهی برای توسعه حرفه ای، حفظ و ارتقای آموزش عالی است. هدف تحقیق حاضر، ارزیابی رابطه جهت گیری استراتژیک سازمان و عملکرد با در نظر گرفتن قابلیت های بازاریابی (مورد مطالعه: آموزش عالی می باشد. جامعه آماری تحقیق را کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز تشکیل می دهند و به تعداد 660 نفر می باشند، حجم نمونه از فرمول ککران 243 نفر به دست آمد. برای گردآوری داده ها از ابزار پرسشنامه استاندارد استفاده شد. از آمار استنباطی برای آزمون فرضیات با استفاده از روش SEM توسط نرم افزار LISREL استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد فرضیات تحقیق تایید شدند و متغیر قابلیت های بازاریابی نقش میانجی را در رابطه بین جهت گیری استراتژیک و عملکرد در آموزش عالی ایفا می کند

کلمات کلیدی:

جهت گیری استراتژیک، قابلیت های بازاریابی، عملکرد و آموزش عالی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/760915>

