

مطالعه تأثیر بازاریابی داخلی بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

پیمان بهمنی^۱، نیلوفر ایمان خان^۲

^۱ گروه مدیریت، واحد فیروزکوه دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

^۲ گروه مدیریت، واحد فیروزکوه دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

چکیده

هدف از انجام این تحقیق، مطالعه تأثیر بازاریابی داخلی بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان بوده است. جامعه آماری تحقیق را کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال تشکیل می‌دهند که تعداد آن‌ها ۶۵۳ می‌باشد. در تحقیق حاضر برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شده است که بر اساس جدول مورگان، حجم نمونه آماری ۲۴۸ نفر در نظر گرفته شد. روش نمونه‌گیری تحقیق حاضر در دسترس است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه می‌باشد که از روایی و اعتبار تأیید شده برخوردار می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار pls استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که رضایت شغلی در تأثیر بازاریابی داخلی بر تعهد کارکنان نقش میانجی دارد.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی داخلی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۷، صفحات ۲۰۷-۱۹۸