

چکیده:

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی بر نگرش کارمندان نسبت به کار است. جامعه آماری این تحقیق کارکنان سازمان صدا و سیما در استان گیلان است که ۵۰۰ نفری باشند. نمونه آماری این تحقیق با توجه به جدول مورگان ۲۱۷ نفر بوده است. و شیوه نمونه گیری تحقیق غیر احتمالی در دسترس است. پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی و از نوع همبستگی است. روش گردآوری اطلاعات میدانی، ابزار تحقیق پرسشنامه و روش تجزیه و تحلیل داده ها، از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. پس از بررسی توصیفی متغیرها به منظور بررسی ضرایب مسیر برای AMOS18 فرضیه ها، از تکنیک تحلیل ساختارهای عاملی و تحلیل مسیر استفاده شد و با استفاده از نرم افزار متغیرها بررسی گردید و مدل عملیاتی تحقیق ارائه گردید. نتایج تحقیق نشان داد که تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی بر نگرش کارمندان نسبت به کار در سازمان صدا و سیما در استان گیلان تاثیر گذار است. تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی بر ارتباطات داخلی رسمی و غیر رسمی در سازمان صدا و سیما در استان گیلان تاثیر گذار است. ارتباطات داخلی رسمی و غیر رسمی بر نگرش کاری کارکنان در سازمان صدا و سیما در استان گیلان تاثیر گذار است.

واژگان کلیدی: تعهد مدیریت به بازاریابی داخلی، ارتباطات داخلی رسمی، ارتباطات داخلی غیر رسمی، نگرش کاری کارکنان