

## چکیده

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر اعتماد مشتری از طریق شهرت شرکت و تبلیغات دهان به دهان می باشد. ماهیت تحقیق کاربردی و توصیفی- همبستگی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر ۴۲۳ نفر از مشتریان هتل های چهار و پنج ستاره استان گیلان می باشد. روش گرد آوری اطلاعات به روش میدانی و با ابزار پرسشنامه استخراج شده از مقاله (جلیلیوند و همکاران، ۲۰۱۷) می باشد. نتایج بدست آمده از تحقیق حاکی از روابط بین متغیر های تحقیق (مسئولیت اجتماعی شرکت- اعتماد مشتری- شهرت شرکت- تبلیغات دهان به دهان) می باشد.