

International Conference on Management

بررسی رابطه بازاریابی داخلی و هوش اخلاقی کارکنان

آمنه نظری، اردشیر شیری، یاسان الله پوراشرف،

آمنه نظری، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه ایلام، ایران

a.nazari6591@yahoo.com

دکتر اردشیر شیری، استاد دانشگاه ایلام، ایران

shiri.ardeshir@gmail.com

دکتر یاسان الله پوراشرف، استاد دانشگاه ایلام، ایران

yasan_ashraf@yahoo.com

چکیده:

امروزه مرز بین کارهای درست و خلاف بیش از پیش از بین رفته است و سازمان ها با مسئله ایی به نام معمای اخلاقی روبرو هستند، در چنین شرایطی باید در سازمان از نظر اخلاقی جو سالمی برای کارکنان ایجاد شود تا آنها بتوانند با تمام توان و بهره وری هر چه بیشتر کار کنند. با مطرح شدن نقش و اهمیت خروجی های کارکنان در سازمان در دهه های اخیر مباحث مربوط به بازاریابی داخلی و نگاه به کارکنان به عنوان مشتری داخلی مورد توجه قرار گرفته است. بر همین اساس در این مطالعه بر آن شدیم تا رابطه بازاریابی داخلی با هوش اخلاقی کارکنان را مورد بررسی قرار دهیم.

واژه های کلیدی: بازاریابی داخلی، هوش اخلاقی، کارکنان