



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تعهد و دو سو توانی برنده در آموزش عالی: یک مطالعه اکتشافی

عنوان انگلیسی مقاله :

Brand ambidexterity and commitment in higher education: An exploratory study



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



# بخشی از ترجمه مقاله

## 4. Discussion and conclusion

The study's researchers propose and empirically test a model of brand ambidexterity in the context of higher education, focusing on students' commitment toward continuing their postgraduate studies at the same university. Ambidexterity variables (i.e., exploratory and exploitative) indirectly affect commitment through brand performance, which in turn directly affect commitment as well as indirectly through its influence on variables associated with the student perceptions, that is, brand image and reputation. The study's results thus confirm that ambidexterity is possible within a non-profit institution and that such a strategy may lead to increased brand performance. As the study shows, such ambidexterity leads to improved brand image and reputation with both exploratory and exploitative strategies all directly affecting commitment. Several contributions are made to the existing literature in the field.

### 4. بحث و نتیجه‌گیری

محققان این مطالعه، یک مدل از دو سو توافقی برند را در زمینه آموزش عالی از نظر تجربی مورد بررسی قرار می‌دهند و بر تعهد دانشجو نسبت به ادامه تحصیلات کارشناسی ارشد در همان دانشگاه مرکز می‌کنند. متغیرهای دوسویه (به عنوان مثال، اکتشافی و انتفاعی) به طور غیرمستقیم از طریق عملکرد برند بر تعهد تأثیر می‌گذارند که در عوض به طور مستقیم بر تعهد و همچنین به طور غیرمستقیم بر متغیرهای غیرانتفاعی را تأثیر می‌گذارند. بنابراین، نتایج این مطالعه احتمال دو سو توافقی در مؤسسات مربوط به ادراک دانشجویان، یعنی محبوبیت و وجهه برند تأثیر می‌گذارند. بنابراین، نتایج این مطالعه احتمال دو سو توافقی در مؤسسات غیرانتفاعی را تأثیر می‌گذارند و چنین استراتژی ممکن است منجر به افزایش عملکرد برند شود. همان‌طور که این مطالعه نشان می‌دهد، چنین دو سو توافقی منجر به بهبود محبوبیت و وجهه برند با دو استراتژی اکتشافی و انتفاعی می‌شود که همه آن‌ها دارای تأثیر مستقیمی بر تعهد می‌باشند. چندین بخش برای نشریات موجود در این زمینه ایجاد شده‌اند.



## توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه می‌باشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.