



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

مبحث واحد اندازه گیری فرهنگ بازاریابی در موسسات خدماتی

عنوان انگلیسی مقاله :

Toward the Measurement of the Marketing Culture
of a Service Firm



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

Results

The preceding data collection steps and analyses resulted in the identification of six dimensions of the service culture construct and the development of a valid, reliable instrument measuring the construct. Table 5 shows the resulting dimensions and questionnaire items generated to measure the actual culture a service firm possesses. The 7-point scale that would follow each item in the actual instrument could be structured to relate to either the importance of each item or extent to

which the particular firm possesses each attribute. The decision as to how the scales would be structured would depend on the service firm manager's reason for utilizing the measure. To measure the kind of marketing culture a firm has, sample members would respond to each item.

نتایج

مراحل جمع آوری داده های قبلی و تجزیه و تحلیل ها در شناسایی شش مورد از ابعاد ساختار فرهنگ خدماتی و توسعه ی ابزارمقیاس معتبر خلاصه شد که عامل اندازه گیری ساختار است. جدول 5 ابعاد بدست آمده و فقره های پرسشنامه ها را نشان می دهد که برای اندازه گیری فرهنگ واقعی شرکت خدماتی ایجاد شده اند. ابزارمقیاس هفت امتیاز که از هر بخش در ابزار واقعی پیروی می کند میتواند هم ساختار اهمیت هر بخش مرتبط باشد و هم میزان مشخصی از شرکت خاص باشد که هر ویژگی را داراست. اینکه ابزارمقیاس ها چگونه ساخته می شوند به استدلال مدیر شرکت خدماتی بستگی دارد که برای اندازه گیری بکار می رود. برای اندازه گیری نوع فرهنگ بازاریابی یک شرکت، اعضای نمونه به هر بخش پاسخ خواهند داد.



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.