

## اثر مهارت سواد دیجیتال بر یادگیری کارکنان بازاریابی در راستای افزایش فروش محصولات ایرانخودرو

محمد رضا مهر آرا<sup>۱</sup>، میثم عاقلی<sup>۲</sup>، پریسا جلالی<sup>۳</sup>

۱. کارشناس ارشد مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی

۲. گروه مدیریت، واحد اشکذر، دانشگاه آزاد اسلامی، اشکذر، ایران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

### چکیده -

مدیران به عنوان پیشگامان تحول به منظور بهره‌گیری از هر چه بیشتر از امکانات و تسهیلات فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطات می‌بایست از سواد دیجیتالی و اطلاعاتی مطلوبی برخوردار باشند و با آموزش به کارکنان خود مسبب افزایش فروش محصولات شوند. تحقیق حاضر باهدف اثر مهارت سواد دیجیتال بر یادگیری کارکنان بازاریابی در راستای افزایش فروش محصولات ایران خودرو صورت گرفته است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش در زمره تحقیقات توصیفی - پیمایشی قرار می‌گیرد. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه کارکنان بازاریابی می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است که با توجه به جامعه آماری، حجم نمونه مورد نیاز پژوهش ۱۳۴ نفر به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسش‌نامه می‌باشد که پایایی این پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰.۸ تأیید شد. نتایج نشان داد که سواد دیجیتال بر دو مولفه (بعد نگرش‌ها و ادراکات و عادت‌های ذهنی تاثیر نداشته. ولی بر سه مولفه (بعد بسط و اصلاح دانش، اکتساب و درهم تنیدن دانش و استفاده معنی دار از دانش تاثیر گذار می‌باشد.

کلید واژه - سواد دیجیتال، یادگیری کارکنان، ایرانخودرو