

رتبای بین‌المللی مدیریت، کیفیت خدمات و تجربه مشتریان در باشگاههای خصوصی

شهرستان سنندج



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	: حسامی، شیما، ۱۳۶۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: ارتباط بین خلاقیت مدیران، کیفیت خدمات و تجربه مشتریان در باشگاههای خصوصی شهرستان سنندج/ مولف: شیما حسامی.
مشخصات نشر	: تهران: سنچس و دانش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۷۹ ص.
شابک	: 978-600-469-568-8
وضعیت فهرست نویسی	: قیفا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۷۱-۷۲.
موضوع	: باشگاههای ورزشی - ایران - سنندج - نمونه پژوهی
موضوع	: Athletic clubs - Iran - Sanandaj - Case studies
موضوع	: باشگاههای ورزشی - ایران - مدیریت
موضوع	: Athletic clubs - Iran - Management
رده بندی کنگره	: ۷۹۶/۰۱۴۲۲
رده بندی دیویی	: ۷۹۶/۰۱۴۲۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۱۰۳۶

ارتباط بین خلاقیت مدیران، کیفیت خدمات و تجربه مشتریان در باشگاههای خصوصی شهرستان سنندج

مؤلف:	شیما حسامی
ناشر:	انتشارات سنچس و دانش
تیراژ:	۵۰ نسخه
نوبت چاپ:	اول، ۱۳۹۶
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۴۶۹-۵۶۸-۸

آدرس: خ دانشگاه - تقاطع روانمهر - ساختمان سنچس و دانش پ ۱۳۶

۲۴۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد.

فهرست مطالب

فصل اول.....	۱۰
کلیات تحقیق.....	۱۰
۱-۱- مقدمه.....	۱۱
۱-۲- بیان مسئله.....	۱۲
۱-۳- ضرورت و اهمیت تحقیق.....	۱۵
۱-۴- اهداف تحقیق.....	۱۶
۱-۴-۱- هدف کلی.....	۱۶
۱-۴-۲- اهداف ویژه.....	۱۷
۱-۵- سئوالات تحقیق.....	۱۷
۱-۶- فرضیه‌های تحقیق.....	۱۷
۱-۷- محدودیت‌های تحقیق.....	۱۸
۱-۷-۱- محدودیت‌های در کنترل تحقیق.....	۱۸
۱-۷-۲- محدودیت‌های خارج از کنترل تحقیق.....	۱۸
۱-۸- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات فنی.....	۱۸
فصل دوم.....	۱۹
مبانی نظری و پیشینه تحقیق.....	۱۹
۱-۲- مقدمه.....	۲۰
۲-۲- مبانی نظری.....	۲۰
۱-۲-۲- کیفیت خدمات.....	۲۰
۱-۲-۲-۱- مدل‌های سنجش کیفیت خدمات.....	۲۵
۱-۲-۲-۲- مدل سروکوال.....	۲۵
۲-۲-۲- خلاقیت.....	۲۷
۱-۲-۲-۲- تعریف خلاقیت.....	۲۸
۱-۲-۲-۲-۱- تعریف خلاقیت از دیدگاه روانشناسی:.....	۲۸
۱-۲-۲-۲-۲- تعریف خلاقیت از دیدگاه سازمانی.....	۲۹
۲-۲-۲-۲- خلاقیت و نوآوری چگونه با هم مرتبط شده‌اند؟.....	۲۹

۳۰	 ویژگی‌های افراد خلاق	۳-۲-۲-۲
۳۱	 فرصت‌های خلاقیت	۴-۲-۲-۲
۳۲	 راهکار عملی خلاقیت و نوآوری در سازمان	۵-۲-۲-۲
۳۳	 راه‌های افزایش خلاقیت	۵-۲-۲-۲
۳۴	 ویژگی‌های سازمان خلاق	۶-۲-۲-۲
۳۴	 خلاقیت گروهی	۷-۲-۲-۲
۳۴	 تکنیک تحرک مغزی (طوفان فکری):	۱-۷-۲-۲-۲
۳۵	 تکنیک خلاقیت شش کلاه تفکر	۲-۷-۲-۲-۲
۳۵	 گردش تخیلی	۳-۷-۲-۲-۲
۳۶	 تهییج ذهنی یا تکنیک گوردون	۷-۲-۲-۲
۳۶	 تفکر موازی	۷-۲-۲-۲
۳۷	 ارتباط با بسیاری	۶-۷-۲-۲-۲
۳۷	 تجربه مشتری	۳-۲-۲-۲
۴۰	 مدیریت تجربه مشتری	۱-۳-۲-۲
۴۱	 بخش‌های مدیریت تجربه مشتری	۲-۳-۲-۲
۴۱	 بخش وظیفه‌ای	۱-۲-۳-۲-۲
۴۲	 بخش مکانیکی	۲-۲-۳-۲-۲
۴۵	 بخش انسانی	۳-۲-۳-۲-۲
۴۶	 ادبیات تحقیق	۳-۲-۲-۲
۴۶	 ادبیات داخل کشور	۱-۳-۲-۲
۴۹	 ادبیات خارج از کشور	۲-۳-۲-۲
۵۲	 جمع‌بندی	۴-۲-۲-۲
۵۳	 فصل سوم	
۵۳	 روش‌شناسی تحقیق	
۵۴	 مقدمه	۱-۳-۳
۵۴	 روش تحقیق	۲-۳-۳
۵۴	 جامعه آماری	۳-۳-۳
۵۴	 نمونه‌وروش نمونه‌گیری	۴-۳-۳
۵۴	 ابزار اندازه‌گیری	۵-۳-۳
۵۵	 تعیین روایی و ضریب پایایی پرسشنامه‌ها	۱-۵-۳
۵۶	 روش‌های آماری تحقیق	۶-۳-۳
۵۷	 فصل چهارم	

۵۷	تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق.....
۵۸	۴-۱- مقدمه.....
۵۸	۴-۲- آمار توصیفی.....
۶۲	۴-۳- سؤالات تحقیق.....
۶۴	۴-۴- آمار استنباطی.....
۶۴	۴-۵- فرضیه‌های آماری.....
۷۱	منابع.....

www.ketab.ir