

ارزیابی تفکرات استراتژیکی بر عملکرد کارکنان و مدیران ارشد

نگارش:

لیلا نیری

سرشناسه:	نیری، لیلا، ۱۳۵۶
عنوان و نام پدیدآور:	ارزیابی تفکرات استراتژیکی بر عملکرد کارکنان و مدیران ارشد/ نگارش لیلا نیری
مشخصات نشر:	تهران: موسسه اندیشه کامیاب ایرانیان، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری:	۱۱۰ص.
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۳-۶۰۱-۱
وضعیت فهرست نویسی:	فیبا
یادداشت:	کتابنامه:ص. ۸۹.
موضوع:	کارکنان -- ارزشیابی
موضوع:	Employees--Rating of
موضوع:	رضایت از کار
موضوع:	Job satisfaction
موضوع:	خدمات مشتری -- کنترل کیفی
موضوع:	Customer Services--Quality control
موضوع:	برنامه ریزی راهبردی
موضوع:	strategic planning
موضوع:	تعهد سازمانی
موضوع:	Orgnaizational commitment
رده بندی کنگره:	HF۵۵۴۹۷۵
رده بندی دیویی:	۶۵۸/۳۱۲۵
شماره کتابشناسی ملی:	۵۷۳۰۹۲۶

ارزیابی تفکرات استراتژیکی بر عملکرد کارکنان و مدیران ارشد

ناشر: موسسه فرهنگی انتشاراتی اندیشه کامیاب ایرانیان

مؤلف: لیلا نیری

ویراستار: مرضیه سادات جعفریان

مدیر تولید: موسسه آموزشی خوارزمی

صفحه آرای و طراحی جلد: مرضیه سادات جعفریان

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۸

چاپ و صحافی: موسسه آموزشی خوارزمی

ناظر چاپ: پژمان عباد، محبوبه رضا علی

قیمت: ۲۵۰,۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۳-۶۰۱-۱

کلیه حقوق چاپ برای ناشر محفوظ است.

نشانی: تهران - خ انقلاب - پج شمیران - خ نور محمدی - پلاک ۳۷ - واحد ۱۲

Email: e_a_kamyab@yahoo.com

تلفن: ۷۷۴۱۰۸۹

کیفیت خدمات

مقدمه

کیفیت خدمت

ویژگی‌های مواجهه خدمت

دلایل عمده مطالعه و بررسی کیفیت مواجهه خدمت در بازارهای تجاری

ابعاد کیفیت مواجهه خدمت

دو مدل در زمینه کیفیت خدمت

اندازه گیری کیفیت خدمات

مدل سروکوال

مدل SERVQUAL و شکافهای کیفیت خدمات

ابعاد موجود در SERVQUAL مقدماتی

فن کیفیت خدمات اصلاح شده

ابعاد فن کیفیت خدمات اصلاح شده

کاربردهای فن کیفیت خدمات

محدودیت‌های فن کیفیت خدمات اصلاح شده

برند و بازاریابی

مقدمه

تصویر برند

اثرات بهبود تصویر برند در کسب و کار

تصور نمادین، سمبلیک و عملکردی برند

اعتماد برند

حس اجتماعی نسبت به برند

قدرت اجتماعی جذابیت برند

قدرت اجتماعی مشروعیت برند

قدرت اجتماعی الگو بودن برند

قدرت اجتماعی عملکردی برند

محبوبیت برند

وابستگی عاطفی مصرف‌کنندگان به برند

تبیین نظری مفهوم محبوبیت برند (عشق برند)

تبلیغات شفاهی

اهمیت تبلیغات شفاهی

مدیریت تبلیغات شفاهی

فرایند خرید مصرف‌کننده و ایجاد قصد و تصمیم خرید

انواع تصمیمات خرید مصرف‌کننده

مدل رفتار خرید و سبک تصمیم‌گیری مصرف‌کننده

عملکرد کارکنان

مبانی نظری

تعلق سازمانی

ابعاد تعلق سازمانی

رضایت شغلی

مفهوم و تعریف رضایت شغلی

۵۹	دیدگاه‌های رضایت شغلی
۶۱	نظریه‌های رضایت شغلی
۶۱	عوامل موثر بر رضایت شغلی
۶۴	پیامدهای رضایت شغلی
۶۴	تعهد سازمانی
۶۵	مدل‌های تعهد سازمانی
۶۵	مدل می‌پر و آلن
۶۷	مدل مایر و شورمن
۶۷	مدل جاروس و همکاران
۶۷	زمینه‌های وجودی تعهد سازمانی
۶۸	دیدگاه‌های نظری عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی
۷۰	ریش شرط‌ها یا عوامل تعیین کننده تعهد سازمانی
۷۱	عوامل تاثیرگذار بر روی تعهد سازمانی
۷۵	اشتراک دانش
۷۵	موانع و تسهیل کننده‌های تسهیم دانش
۷۶	موانع و تسهیل کننده‌های فردی
۷۹	موانع سازمانی تسهیم دانش
۸۱	موانع و تسهیل کننده‌های مبتنی بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی
۸۲	پیشینه پژوهش
۸۳	پژوهش‌های داخلی
۸۵	پژوهش‌های خارجی
۸۸	نتیجه گیری