

بسم الله الرحمن الرحيم

رابطه مدیریت تجربه مشتری با بهره‌وری سازمانی
در استخرهای سرپوشیده استان آذربایجان غربی

مؤلف:

سجاد اکبری اصل هاسونی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱	فصل اول: کلیات
۲	مقدمه
۳	بیان موضوع
۵	اهمیت و ضرورت پرداختن به موضوع
۷	فرضیه ها
۸	تبیین متغیرها
۸	اهداف
۸	هدف کلی
۸	اهداف جزئی
۹	تعریف واژه های اختصاصی
۱۳	چارچوب فصول آتی
۱۴	فصل دوم: بررسی ادبیات موضوع و پیشینه
۱۵	آشنایی با مفاهیم بهره وری
۱۵	تاریخچه بهره وری
۱۷	تعریف لغوی بهره وری
۱۷	تعریف کلی بهره وری
۱۸	تعریف سازمانی بهره وری
۱۸	سایر تعاریف بهره وری
۱۹	بهره وری چیست ؟
۲۰	مولفه های بهره وری :
۲۰	کارایی :
۲۰	اثر بخشی :
۲۱	اهمیت بهره وری
۲۲	تفاوت بهره وری با تولید
۲۳	سطوح بهره وری
۲۳	بهره وری در سطح بین المللی
۲۳	بهره وری در سطح ملی
۲۴	بهره وری در سطح بخش
۲۴	بهره وری در سطح سازمان و شرکت
۲۶	بهره وری در سطح واحد تولیدی
۲۶	بهره وری فرد شاغل

۲۷	چرخه مدیریت بهبود بهره وری
۲۸	اندازه گیری بهره وری
۲۹	تجزیه و تحلیل شاخص های بهره وری
۲۹	عوامل بازدارنده ارتقای بهره وری
۳۲	آشنایی با مفاهیم مربوط به مدیریت تجربه مشتری
۳۲	مدیریت تجربه مشتری
۳۳	تعاریف مدیریت تجربه مشتری
۳۶	ویژگی های مدیریت تجربه مشتری
۳۶	سطوح مدیریت تجربه مشتری
۳۷	چارچوب مدیریت تجربه مشتری
۴۰	چرخه برنامه های تجربه مشتری
۴۰	فرآیند مدیریت تجربه مشتری
۴۱	مدیریت تجربه مشتری به منظور ساخت مارک و بهبود سودآوری بلند مدت
۴۱	مزایای مدیریت تجربه مشتری
۴۲	مراحل چهار گانه اجرای مدیریت تجربه مشتری (CEM)
۴۳	شاخصهای مدیریت تجربه مشتری و اندازه گیری آن
۴۶	بررسی ها مربوط به موضوع
۴۶	بررسی ها مربوط به بهره وری
۴۶	بررسی ها داخلی بهره وری
۵۱	بررسی ها خارجی بهره وری
۵۳	بررسی ها مربوط به مدیریت تجربه مشتری
۵۳	بررسی ها داخلی مدیریت تجربه مشتری
۵۵	بررسی ها خارجی مدیریت تجربه مشتری
۶۵	فصل سوم: روش شناسی
۶۶	روش
۶۶	مراحل انجام
۶۶	جامعه آماری و نمونه آماری
۶۶	قلمرو زمانی و مکانی
۶۷	روش های آماری و اندازه گیری متغیرها
۶۷	روش گردآوری اطلاعات و داده ها
۶۷	پرسشنامه بهره وری سازمانی
۶۸	پایایی و روایی پرسشنامه بهره وری سازمانی
۶۸	پرسشنامه مدیریت تجربه مشتری
۶۹	پایایی و روایی پرسشنامه مدیریت تجربه مشتری