

فهرست مطالب

۹	فصل اول
۹	کلیات
۱۰	مقدمه
۱۱	تعریف واژه ها و اصطلاحات تخصصی طرح
۱۳	فصل دوم
۱۳	ادبیات پژوهش
۱۴	مقدمه
۱۴	هوش و تعریف آن
۱۴	انواع هوش
۱۴	الف - نظریه‌ی هوش چندگانه‌ی گاردنر
۱۵	انواع هوش از منظر گاردنر
۱۷	ب - انواع هوش بر اساس کارکرد سیستم‌های عصبی مغز
۱۸	نظریه‌های هوش هیجانی
۲۴	مقایسه مدل‌های هوش هیجانی
۲۴	آموزش هوش هیجانی
۲۵	هوش فرهنگی
۲۶	ابعاد هوش فرهنگی
۲۷	تقویت هوش فرهنگی
۲۹	تنوع فرهنگی در گروه
۳۰	هوش سازمانی
۳۱	هوش عاطفی
۳۲	تاریخچه هوش عاطفی
۳۴	تعاریف بازاریابی
۳۴	بازاریابی داخلی
۳۶	بازاریابی داخلی از نظر محققان
۴۲	مدیریت بازاریابی و وظایف آن
۴۲	نظام‌های بازاریابی و اهداف آن

۴۳	اهداف نظام بازاریابی
۴۳	فرآیند مدیریت بازاریابی
۴۳	بازاریابی درونی
۴۴	تعریف و مفهوم سازی بازاریابی درونی
۴۷	انواع بازاریابی
۴۸	انواع نوین بازاریابی
۴۸	بازاریابی رابطه ای
۵۰	بازاریابی سبز
۵۲	بازاریابی اجتماعی
۵۲	بازاریابی الکترونیک
۵۳	تأثیرات اینترنت بر آمیخته بازاریابی
۵۵	استراتژی های بازاریابی الکترونیکی
۵۵	بازاریابی زنجیره ای
۵۵	بایدها و نبایدهای بازاریابی
۵۶	پیشینه پژوهش
۵۸	فصل سوم
۵۸	روش شناسی پژوهش
۵۹	مقدمه
۵۹	روش پژوهش
۵۹	متغیرهای پژوهش
۶۰	روشهای گردآوری اطلاعات
۶۱	روایی و پایایی
۶۲	قلمرو تحقیق
۶۲	جامعه آماری (N)
۶۲	نمونه آماری (n)
۶۳	روش یا روش های نمونه گیری
۶۳	روش های آماری
۶۴	فصل چهارم
۶۴	تجزیه و تحلیل داده ها
۶۵	مقدمه
۶۵	آمار توصیفی
۶۵	توزیع سنی
۶۵	توزیع جنسیتی
۶۶	توزیع تحصیلی
۶۷	توزیع از نظر سابقه کاری
۶۸	توزیع نمونه از نظر شرکت کنندگان خبره و کارمند
۶۸	آمار توصیفی متغیرها