

۲۰۱۵/۸۷

اسلامی مدیریت

مشتري مداري با محوريت اخلاق زندگي كاري

مؤلف: رضا چراغي

سرشناسه	: چراغی، رضا، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: مشتری‌مداری با محوریت کیفیت زندگی کاری / مولف رضا چراغی.
مشخصات نشر	: تهران : گروه آموزشی مدرس : سنجش و دانش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۹ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۱۷۸-۶۴-۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: کیفیت زندگی کاری -- ایران -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: Quality of work life. -- Iran -- Case studies
موضوع	: مشتری‌شناسی -- مدیریت -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: Customer relations -- Management -- Case studies
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۷۲۵HN / م۴چ
رده بندی دیویی	: ۵۷۰.۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۲۶۱۵۷



عنوان: مشتری‌مداری با محوریت کیفیت زندگی کاری
مولف: رضا چراغی
تیراژ: ۵۰۰ نسخه
ناشر: گروه آموزشی مدرس، سنجش و دانش
نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷
صفحه آرای: مهتاب دوستی
طراح جلد: مهتاب دوستی
قیمت: ۱۸۰.۰۰۰ ریال

کلیه حقوق مادی و معنوی برای مولف محفوظ می‌باشد

www.rezomephd.ir
www.sanjesh.ir

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول	۱
کلیات	۱
مقدمه	۲
کیفیت زندگی کاری	۱۲
تعریف عملیاتی	۱۳
قانون گرایی و سازش	۱۳
وابستگی اجتماعی زندگی کاری	۱۴
فضای کلی زندگی	۱۴
توسعه فاییت های فردی	۱۵
ب- متغیر وابسته	۱۵
مدیریت ارتباط با مشتری	۱۵
بعد جذب، حفظ، گسترش روابط مشتری	۱۶
زیرساختاری	۱۶
مشتری گرایی	۱۶
فصل دوم	۱۸
مبانی نظری و پیشینه	۱۸
مقدمه	۱۹
بررسی نظریه های پیرامون کیفیت زندگی کاری	۱۹
مفهوم و تعاریف کیفیت زندگی کاری	۱۹
تاریخچه کیفیت زندگی کاری	۲۳
الف) کیفیت زندگی کاری بعنوان رویکردی جهت ایجاد انگیزه کار در کارکنان	۲۴
ب) رویکرد و استراتژیهای بهبود کیفیت زندگی کاری	۲۵
اهداف کیفیت زندگی کاری	۳۰
نسل های سه گانه برنامه های کیفیت زندگی کاری	۳۱

۳۳	تعابیر نوین کیفیت زندگی کاری
۳۳	مدیریت کیفیت فراگیر
۳۳	توانمند سازی کارکنان
۳۴	مهندسی مجدد (بازمهندسی) سازمان
۳۵	شاخص های کیفیت زندگی کاری
۳۶	مولفه های کیفیت زندگی کاری والتون
۳۶	پرداخت متصفاز و کافی
۳۷	محیط کار ایمن و بهداشتی
۳۸	تامین فرصت رشد و امنیت مدام
۳۸	وابستگی اجتماعی زندگی کاری
۳۹	فضای کلی زندگی
۳۹	یکپارچگی و انسجام اجتماعی در سازمان
۴۰	قانون گرایی در سازمان
۴۰	توسعه قابلیت های انسانی
۴۱	راهبردهای بهبود کیفیت زندگی کاری
۴۱	انسانی تر کردن کار
۴۱	طراحی شغل
۴۴	بررسی مبانی نظری مدیریت ارتباط با مشتری
۴۶	پیشینه و سیر تکاملی مدیریت ارتباط با مشتری
۴۷	پیش از مرحله تجارت الکترونیک
۴۷	دوره پیش از کسب و کار الکترونیک
۴۷	مرحله رشد کسب و کار الکترونیک
۴۸	تعاریف مدیریت ارتباط با مشتری
۴۹	تعریف مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری (ECRM)
۴۹	مدیریت ارتباط یکپارچه با مشتری (ICRM)
۵۰	مفهوم جدید خدمت به مشتریان

۵۱	اهداف CRM
۵۱	اهداف CRM از دیدگاه بارنت
۵۱	اهداف CRM از نقطه نظر نول
۵۲	اهداف CRM از نظر سویفت
۵۲	اهداف CRM از دیدگاه گالبریث و راجرز
۵۲	اهداف CRM از نقطه نظر کالاکوتا و راینتسون
۵۳	دیدگاه های مختلف در مورد مدیریت ارتباط با مشتری
۵۳	دیدگاه اول: تلقی CRM به عنوان یک فرآیند
۵۴	دیدگاه دوم: تلقی CRM به عنوان یک استراتژی
۵۴	دیدگاه سوم: تلقی CRM به عنوان یک فلسفه
۵۵	دیدگاه چهارم: تلقی CRM به عنوان یک توانمندی
۵۶	دیدگاه پنجم: تلقی CRM به عنوان یک ولوژ
۵۶	مزایای مدیریت ارتباط با مشتری
۵۸	چالش های اجرای CRM
۵۹	هزینه راه اندازی اولیه
۵۹	بزارهای کاربردی یکپارچه
۶۰	همکاری بخش های مختلف
۶۰	اندازه گیری رضایت مشتری
۶۰	بررسی پژوهش های انجام شده پیرامون موضوع
۶۰	پژوهش های انجام شده در خارج از کشور
۶۳	پژوهش های انجام شده پیرامون موضوع در داخل از کشور
۷۰	جمع بندی پایه های تجربی
۷۱	مدل تحلیلی
۷۲	فصل سوم
۷۲	روش شناسی
۷۳	نوع و روش

۷۳	جامعه آماری مورد بررسی
۷۳	جامعه آماری
۷۳	حجم نمونه
۷۳	واحد تحلیل
۷۴	شیوه نمونه گیری
۷۵	روش و ابزار گردآوری اطلاعات
۷۵	پرسشنامه کیفیت زندگی کاری
۷۶	پرسشنامه مدیریت ارتباط با مشتری
۷۶	تعیین قابلیت اعتبار یا روایی ابزار و قابلیت اعتماد یا پایایی
۷۶	اعتبار یا روایی ابزار
۷۷	اعتبار محتوا
۷۷	قابلیت اعتماد یا پایایی ابزار
۸۰	روش های تحلیل آماری
۸۱	فصل چهارم
۸۱	تجزیه و تحلیل یافته ها
۸۲	مقدمه
۸۲	نتایج توصیفی یک متغیره
۸۳	وضعیت جنسی پاسخگویان
۸۹	آماره های توصیفی کیفیت زندگی کاری کارکنان
۸۹	آماره های توصیفی میزان منصفانه و کافی بودن پرداختها از دیدگاه کارکنان
۹۱	آماره های توصیفی بهداشتی و ایمن بودن محیط کار از دیدگاه کارکنان
۹۳	آماره های توصیفی میزان تامین فرصت رشد و امنیت مداوم از دیدگاه کارکنان
۹۵	آماره های توصیفی میزان قانون گرایی در سازمان از دیدگاه کارکنان
۹۷	آماره های توصیفی میزان وابستگی اجتماعی زندگی کاری از دیدگاه کارکنان
۹۹	آماره های توصیفی فضای کلی زندگی کارکنان از دیدگاه خود آنان
۱۰۰	آماره های توصیفی میزان یکپارچگی و انسجام اجتماعی در سازمان

- ۱۰۲ آماره های توصیفی میزان توسعه قابلیت های انسانی از دیدگاه کارکنان
- ۱۰۴ آماره های توصیفی میزان مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان های دولتی شهر ایلام
- ۱۰۸ روابط بین متغیرها و نتایج تحلیل استنباطی چند متغیره
- ۱۰۸ آزمون فرضیه ها
- ۱۰۹ برآزش مدل رگرسیونی
- ۱۱۳ آزمون فرضیه های جزئی
- ۱۲۱ نتایج استنباطی تحلیل مدل های چند متغیره
- ۱۲۱ برآزش مدل تحلیل رگرسیون چند متغیره
- ۱۲۲ مدل برآزش عوامل تبیین کننده مدیریت ارتباط با مشتری
- ۱۲۴ تحلیل مسیر تأییدی بر اساس مدل مداخلات ساختاری
- ۱۲۸ برآزش مدل
- ۱۳۱ الف- منابع فارسی
- ۱۳۴ ب) منابع لاتین