

۲۰۱۷۳۴۵

السلامة للجميع

تأثیر کیفیت روابط باسین کننده مشتری بر

نوآوری استراتژی

مؤلف :

مهدی سلطانی

سرشناسه	: سلطانی، مهدی، ۱۳۶۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: تاثیر کیفیت روابط تامین کننده مشتری بر نوآوری استراتژیک/ مولف مهدی سلطانی.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات راه دکتری: سنجش و دانش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۲ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۵-۷۲۲-۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: مشتری شناسی- ایران - مدیریت- نمونه پژوهی
موضوع	: Customer relations -- Management-- Iran-- Case studies
موضوع	: خدمات مشتری- ایران - نوآوری- نمونه پژوهی
موضوع	: Customer services -- Technological innovations-- Iran-- Case studies
موضوع	: خدمات مشتری- ایران - مدیریت- نمونه پژوهی
موضوع	: Customer services -- Management -- Iran -- Case studies
رده بندی کنگره	: HF ۵۱/۵۲ س ۲۷۷۵ ت ۲ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۸۱۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۳۷۴۰۷۰



عنوان: تاثیر کیفیت روابط تامین کننده مشتری بر نوآوری استراتژیک

مولف: مهدی سلطانی

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

ناشر: انتشارات راه دکتری: 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 می باشد

www.rezomephd.ir

www.sanjesh.ir

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول.....	۱
کلیات	۱
مقدمه	۲
نوآوری استراتژیک	۹
کیفیت روابط تأمین کننده مشتری	۹
نوع قرارداد	۹
برونسپاری	۹
تعریف عملیاتی	۱۰
نوآوری استراتژیک	۱۰
کیفیت روابط تأمین کننده مشتری	۱۰
نوع قرارداد	۱۱
زمان و مواد	۱۱
فصل دوم.....	۱۲
مبانی نظری و پیشینه	۱۲
مقدمه	۱۳
مروری بر ادبیات موضوع	۱۴
برونسپاری	۱۴
مشتری	۱۵
فرایندهای داخلی	۱۶
منابع انسانی	۱۷
مالی	۱۸
همسویی راهبردی	۱۹
محیط بیرونی	۱۹

- کیفیت روابط تأمین کننده مشتری ۲۱
- تمرکز ارائه دهنده خدمات بر روی مشتری ۲۱
- تمرکز مبتنی بر رابطه (تمرکز بر مشتری) ۲۶
- سود معاملات مشتری ۲۷
- مدیریت معاملات با مشتری ۲۷
- سیستم های مدیریت رابطه با مشتری ۲۹
- کیفیت خدمات ۳۱
- تحقق نیاز مشتری ۳۲
- اندازه گیری رانده ساختن نیاز مشتری ۳۳
- مدلهای عملی ارزیابی کیفیت خدمات ۳۴
- مزایای ناشی از کیفیت خدمات ۳۶
- تغییرات بازار ۳۶
- خدمات دریافت شده ۳۷
- انواع نگرش به مشتری ۳۸
- مشتری گرایی ۳۸
- مشتری مداری ۳۸
- مشتری محوری ۳۸
- نوآوری استراتژیک ۳۹
- تعریف نوآوری ۴۰
- کاربردهای سازمانی و اقتصادی نوآوری ۴۰
- انگیزه استراتژیک (برای سرمایه گذاری) ۴۰
- قابلیتهای سازمانی ۴۱
- تغییر رفتار ۴۲
- نظریه های حوزه نوآوری ۴۲
- انواع نوآوری ۴۴
- نوآوری تدریجی ۴۴
- نوآوری نفوذی ۴۵

۴۵	نوآوری بنیادی
۴۶	نوآوری تکنولوژیکی
۴۶	فرایند نوآوری تکنولوژیکی
۴۷	مفاهیم و تعاریف توانمندی های نوآوری تکنولوژیک
۴۷	طبقه بندی های توانمندی های تکنولوژیک در سطح بنگاه:
۴۸	طبقه بندی توانمندی های تکنولوژیک بنگاه از دیدگاه هرلی و هالت
۴۹	شاخص های ارزیابی توانمندی تکنولوژیک در سطح بنگاه:
۴۹	پیشینه
۵۴	فصل سوم
۵۴	روششناسی
۵۵	مقدمه
۵۵	روش
۵۶	جامعه آماری
۶۱	ابزار و روش جمعآوری دادهها
۶۲	روایی و پایایی ابزار
۶۲	آزمون روایی
۶۲	آزمون پایایی (قابلیت اعتماد)
۶۳	روش ها و ابزار تجزیه و تحلیل دادهها
۶۵	آزمون T استیودنت
۶۵	۱- تعیین فرضیات آزمون
۶۵	۲- محاسبه آماره آزمون
۶۶	۳- تعیین مقدار بحرانی
۶۶	۴- تصمیمگیری
۶۷	آزمون کلموگروف اسمیرنوف- آزمون نرمال بودن دادهها
۶۷	آزمون همبستگی
۶۷	ضریب همبستگی پیرسون

۶۸	ضریب همبستگی اسپیرمن
۶۹	آزمون معادلات ساختاری
۷۲	فصل چهارم
۷۲	تجزیه و تحلیل داده ها
۷۳	مقدمه
۷۳	آمار توصیفی
۷۳	توصیف ویژگی های جمعیت شناختی
۷۳	الف) جنسیت
۷۴	توصیف جدول ۴-۱:
۷۴	ب) سن
۷۵	توصیف جدول ۴-۱
۷۵	ج) تحصیلات
۷۶	توصیف جدول ۴-۳
۷۶	د) سابقه کار
۷۷	ه) وضعیت استخدامی
۷۸	آمار توصیفی متغیرها
۸۰	بررسی نرمال بودن داده ها
۸۱	تحلیل جدول ۴-۶:
۸۳	محاسبه همبستگی بین متغیرها
۸۵	مدلیابی معادلات ساختاری و آزمون فرضیه ها
۸۶	مدل ساختاری
۸۷	شاخص های برازش
۹۱	شاخصهای برازش
۹۳	شاخص های تطبیقی (IFI, CFI, RFI, NFI)
۹۴	شاخص های مقتصد (PRATIO, PCFI, PNFI)
۹۸	نتایج آزمون فرضیات

۱۰۲..... منابع و مأخذ

۱۰۳..... منابع فارسی

۱۰۶..... منابع لاتین

www.ketab.ir