

۴۴۳۳۴۴

تبلیغات درون شعبه ای بانکی

با رویکرد CRM

www.ketab.ir

لیلا شاهرخ

بهاره نصیری

سرشناسه	: شاهرخ، لیلا، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: تبلیغات درون شعبه ای بانکی با رویکرد CRM / لیلا شاهرخ، بهاره نصیری.
مشخصات نشر	: تهران: تایماز، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۲ ص.: جدول، نمودار.
شابک	: 978-600-403-129-5
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: مشتری شناسی -- مدیریت
موضوع	: خدمات مشتری -- مدیریت
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
موضوع	: آگهی های تبلیغاتی -- بانک و بانکداری
شناسه افزوده	: نصیری، بهاره، ۱۳۵۸ -
رده بندی ر گره	: ۱۳۹۴ ت ۱۷ ش ۵ / ۴۱۵ HF۵۴
رده بندی دیسی	: ۶۵۸ / ۸۱۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۰۶۷۶۱۹

انتشارات تایماز

تبلیغات درون شعبه ای بانکی با رویکرد CRM

ناشر :	تایماز
مؤلف :	لیلا شاهرخ - بهاره نصیری
طراحی روی جلد :	گروه فنی تایماز
چاپ و صحافی :	تایماز
نوبت چاپ :	اول - ۱۳۹۴
شمارگان :	۵۰۰
قیمت :	۱۶۰۰۰۰ ریال
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۴۰۳-۱۲۹-۵

حق چاپ محفوظ و متعلق به مولفین می باشد.

TB

آدرس: تهران - خیابان کارگر جنوبی - خیابان روانمهر - پلاک ۱۵۸ - طبقه ۳ صندوق پستی: تهران ۶۴۸-۱۳۱۴۵
تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۰۲۷۴۴ موبایل: ۰۹۱۲۷۲۴۴۵۳۵ ایمیل: taymazpub@yahoo.com

فهرست مطالب

فصل اول : کلیات تحقیق.....	۱۱
مقدمه.....	۱۲
۱) بیان مسئله.....	۱۲
۲-۱) اهمیت و ضرورت تحقیق.....	۱۶
۳-۱) اهداف تحقیق.....	۱۷
۳-۱) اهداف اصلی.....	۱۷
۳-۱) اهداف فرعی.....	۱۷
۴-۱) سوالات تحقیق.....	۱۷
۴-۱) سوال اصلی.....	۱۷
۴-۱) سوالات فرعی.....	۱۸
۵-۱) فرضیه های تحقیق.....	۱۸
۵-۱) فرضیه اصلی.....	۱۸
۵-۱) فرضیه های فرعی.....	۱۸
۶-۱) تعریف مفاهیم.....	۱۹
۶-۱) تعاریف نظری.....	۱۹
۶-۱) تعاریف عملیاتی.....	۲۰
فصل دوم : مروری بر ادبیات تحقیق.....	۲۱
مقدمه.....	۲۲
۱-۲) بخش اول.....	۲۵
۱-۲) جایگاه بانک کشاورزی در نظام بانکی کشور.....	۲۵
۱-۲-۲) نظرات کارکنان و مشتریان بانک کشاورزی پیرامون ارتقای تبلیغات درون شعبه ای با رویکرد CRM " مدیریت ارتباط با مشتری "	۳۱

۳۲	چشم انداز مدیریت ارتباط با مشتری توسط کارمندان بانک کشاورزی
۳۲	استراتژی های CRM در بانک کشاورزی
۳۳	بخش دوم
۳۳	تبلیغات (۱-۲-۲)
۳۵	تاریخچه تبلیغات بازرگانی در ایران
۳۶	انواع تبلیغات (۳-۲-۲)
۳۸	اثربخشی تبلیغات (۴-۲-۲)
۳۹	تبلیغات محیطی (۵-۲-۲)
۴۷	ش سوم (۳-۲)
۴۷	بریت باط با مشتریان " CRM " (۱-۳-۲)
۵۶	بخش چهارم (۴-۲)
۵۶	مبانی نظری روش (۱-۴-۲)
۶۴	مدل مفهومی (۲-۴-۲)
۶۴	بخش پنجم (۵-۲)
۶۴	پیشینه تحقیق (۱-۵-۲)
۷۱	فصل سوم: روش تحقیق
۷۲	مقدمه
۷۲	روش تحقیق (۱-۳)
۷۳	جامعه آماری (۲-۳)
۷۳	روش نمونه گیری (۳-۳)
۷۴	روش و ابزار جمع آوری اطلاعات (۴-۳)
۷۶	روش تجزیه و تحلیل داده ها (۵-۳)
۷۶	روایی و پایایی (۶-۳)
۷۶	روایی (۱-۵-۳)

۷۷	۲-۵-۳ پایایی
۸۱	فصل چهارم : یافته های تحقیق
۸۲	مقدمه
۸۲	۱-۴ یافته های توصیفی :
۸۳	۴-۱-۱ جنسیت
۸۴	۴-۱-۲ سن
۸۵	۴-۱-۳ تحولات
۸۷	۴-۱-۴ سابقه کار
۸۸	۲-۴ آزمون نرمال بودن داده های آماری
۹۰	۴-۲-۱ آزمون تی
۹۲	۴-۳ مقایسه سوالات پرسشنامه ها
۱۱۲	۴-۴ یافته های استنباطی
۱۱۲	۴-۴-۱ فرضیه اصلی تحقیق
۱۱۹	فصل پنجم : خلاصه و نتیجه گیری
۱۲۰	مقدمه
۱۲۰	۱-۵ خلاصه پژوهش و نتیجه گیری
۱۲۵	۲-۵ پیشنهادات
۱۲۶	۵-۲-۱ (پیشنهاد به محققان آتی
۱۲۶	۵-۳ محدودیت تحقیق
۱۲۸	منابع
۱۲۸	منابع فارسی
۱۳۲	منابع انگلیسی
۱۳۳	منابع اینترنتی
۱۳۴	ضمائم