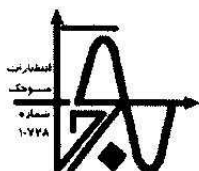


مسئولیت پذیری، استراتژی رضایت و حفظ مشتری

تالیف:

محمد راستی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی / استراتژیک



انتشارات موجک



سرشناسه: راستی، محمد، ۱۳۶۴-

عنوان و نام پدیدآور: مسئولیت پذیری، استراتژی رضایت و حفظ مشتری / تألیف محمد راستی.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۱۰۱ ص.: جدول، نمودار.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۴۱۱-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: مسوولیت اجتماعی کسب و کار-- ایران-- نمونه پژوهی

موضوع: Social responsibility of business-- Iran-- Case studies

موضوع: مصرف کنندگان -- رضایت -- نمونه پژوهی

موضوع: Consumer satisfaction -- Case studies

موضوع: خدمات مشتری -- ایران-- نمونه پژوهی

موضوع: Customer services-- Iran-- Case studies

رده بندی کنگره: HD۶۰

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۸.۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۸۶۸۱۵۱۰

انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

انتشارات
موجک
شماره
۱۰۷۷۸

۰۲۶۶۴۲۹۷۳۳ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳

۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir

عنوان: مسئولیت پذیری، استراتژی رضایت و حفظ مشتری

تألیف: محمد راستی

مشخصات ظاهری: ۱۰۱ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: پاییز ۱۴۰۰، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۵۰۰۰۰۰ ریال، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۴۱۱-۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق

چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب

بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱	پیش گفتار.....
۵	فصل اول: کلیات.....
۵	۱-۱ تشریح موضوع کتاب.....
۷	۲-۱ اهمیت موضوع.....
۹	۳-۱ اهداف.....
۹	۴-۱ مسئولیت اجتماعی اقتصادی.....
۱۰	۵-۱ مسئولیت اجتماعی حقوقی.....
۱۰	۶-۱ مسئولیت اجتماعی اخلاقی.....
۱۰	۷-۱ مسئولیت اجتماعی بشردوستانه.....
۱۰	۸-۱ نگرش به برند.....
۱۱	۹-۱ کیفیت خدمات.....
۱۱	۱۰-۱ رضایت مشتری.....
۱۱	۱۱-۱ عشق به برند.....
۱۲	۱۲-۱ حفظ مشتری.....
۱۳	فصل دوم: مسئولیت اجتماعی شرکت.....
۱۳	۱-۲ مقدمه.....
۱۴	۲-۲ تاریخچه مسئولیت اجتماعی.....

۵۳ ۲-۶ پیشینه خارجی

۵۲ فصل هفتم: مطالعه موردی

۵۷ ۱-۷ جامعه آماری

۵۷ ۲-۷ معرفی سازمان مورد مطالعه

۵۸ ۳-۷ حجم نمونه

۵۹ ۴-۷ روش گردآوری داده‌ها

۶۱ ۵-۷ مدل مفهومی

۶۱ ۶-۷ ابزار گردآوری داده‌ها

۶۳ ۷-۷ اعتبار

۶۳ ۱-۷-۷ اعتبار سازه

۶۶ ۲-۷-۷ اعتبار محتوا

۶۷ ۸-۷ قابلیت اعتماد (پایایی)

۶۸ ۹-۷ مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM)

۷۱ فصل هشتم: یافته‌ها

۷۱ ۱-۸ توصیف یافته‌ها

۷۳ ۲-۸ آزمون نرمال بودن داده‌ها

۷۴ ۳-۸ تکنیک حداقل مربعات جزئی

۷۵ ۱-۳-۸ مدل بیرونی (مدل اندازه‌گیری)

۷۶ ۲-۳-۸ روایی همگرا

۷۷ ۳-۳-۸ روش فورنل و لارکر

۸۰ ۴-۸ ارتباط بین متغیرها

۸۱ ۵-۸ آزمون فرضیات فرعی

۸۲ فصل نهم: جمع بندی

۸۷ ۹-۱ بحث و نتیجه گیری

۹۵ ۹-۲ پیشنهادها

۹۲ منابع

۹۷ منابع فارسی

۹۹ منابع انگلیسی

www.ketab.ir