



تکریم ارباب رجوع و اهمیت آن

تالیف:

سیدعلیرضا ابراهیمی

www.ketab.ir

پاییز ۱۴۰۰

سرشناسه	: ابراهیمی، سیدعلیرضا، ۱۳۷۴ -
عنوان و نام پدیدآور	: تکریم ارباب رجوع و اهمیت آن/ تالیف سیدعلیرضا ابراهیمی
مشخصات نشر	: اراک: جهاد دانشگاهی، سازمان انتشارات واحد استان مرکزی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۹ ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۹۴۰۵۸-۴-۰
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۱۳۳]-۱۳۹.
موضوع	: کارکنان — اخلاق حرفه‌ای
موضوع	: Employees -- Professional ethics
موضوع	: احترام و تکریم
موضوع	: Respect
شناسه افزوده	: جهاد دانشگاهی، سازمان انتشارات، واحد استان مرکزی
شناسه افزوده	: Press Organization Jahad-e Daneshgahi, Vahed-e Ostan Markazi
رده‌بندی کنگره	: HD۴۹۰۵:
رده‌بندی دیویدی	: ۳۰۶/۳۶۱۳:
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۶۶۵۲۰۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا

تکریم ارباب رجوع و اهمیت آن

تالیف: سیدعلیرضا ابراهیمی

ناشر: انتشارات جهاد دانشگاهی/ واحد استان مرکزی

چاپ: اول

شمارگان: ۱۰۰۰

صفحه‌آرایی: الهه حسین آبادی

قیمت: ۵۰۰۰۰ تومان

۱- اراک- میدان شریعتی- دانشگاه اراک- کتاب فروشی جهاد دانشگاهی

تلفن: ۰۸۶-۳۲۷۸۹۶۹۰

۲- تهران خ انقلاب بین فلسطین و چهارراه ولیعصر جنب مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران

تلفن: ۶۶۴۸۷۶۲۵-۶

پایگاه اطلاع‌رسانی: www.isba.ir

پست الکترونیک: jahad.farhangi@yahoo.com

فروشگاه اینترنتی: www.jdbookfair.com

یا لطیف

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بیکران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگ این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، پژوهشی و فرهنگی طبق مأموریت لحاظ شده در اساسنامه جهاد دانشگاهی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم. گستردگی ابزار ارتباطی و توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هرروز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. گرچه این تحولات، حوزه نشر را نیز دستخوش تحول نموده و تنوع خاصی در شیوه‌های مطالعه ایجاد کرده است اما کتاب به‌عنوان قدیمی‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، هنوز جایگاه خود را دارد. انتشارات جهاد دانشگاهی استان مرکزی بر این باور است که از مهم‌ترین حرکت‌ها در راه بهبود ساختارهای علمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور، دستیابی به تازه‌های دانش و نشر یافته‌های مفید پژوهشگران است. بدین منظور سعی وافر دارد تا در این زمینه فعالیت‌های مؤثرتری را در تولید محتوا، ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی، خدمات نشر و توزیع کتاب دنبال نماید و در این راستا از رهنمود مخاطبان و خوانندگان فرهیخته‌ای که می‌تواند ما را در ارتقای سطح کیفی و کمی این مهم یاری نمایند مشتاقانه استقبال می‌نماییم.

امید است این دستاورد علمی و فرهنگی مورد بهره‌برداری دانشجویان، اساتید، پژوهشگران و علاقه‌مندان ارجمند قرار گیرد.

انتشارات جهاد دانشگاهی

استان مرکزی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۹.....	فصل اول: آشنایی با مفاهیم تکریم، ارباب رجوع، و انواع آن
۱۱.....	مقدمه
۱۲.....	مفهوم تکریم
۱۳.....	ارباب رجوع
۱۴.....	اهمیت ارباب رجوع
۱۵.....	انواع ارباب رجوع
۱۷.....	انواع ارباب رجوع از نظر ویژگی‌های شخصیتی
۱۹.....	مشتری
۱۹.....	انواع نگرش به مشتری
۲۰.....	خصوصیات مشتریان امروزی
۲۱.....	۹ تیپ شخصیتی مختلف انسان‌ها
۲۷.....	فصل دوم: نیازها و انتظارات ارباب رجوع (مشتریان)
۲۹.....	انتظارات مشتریان چگونه شکل می‌گیرد؟
۲۹.....	نیازها و انتظارات ارباب رجوع (مشتری)
۳۲.....	سطوح مختلف انتظارات ارباب رجوع (مشتری)
۳۴.....	عوامل مؤثر بر انتظارات مشتریان
۳۵.....	انتظار مشتریان از سازمان‌ها
۳۷.....	انواع نیازها و انتظارات مشترک ارباب رجوع
۳۹.....	فصل سوم: کیفیت خدمات و رضایت ارباب رجوع (مشتری)
۴۱.....	مقدمه

۴۲.....	کیفیت خدمات و رضایت ارباب رجوع (مشتری).....
۴۳.....	اهمیت کیفیت خدمات و رضایت ارباب رجوع (مشتریان).....
۴۵.....	رویکرد مشتریان در مورد کیفیت خدمات.....
۴۶.....	ابعاد مختلف کیفیت خدمات.....
۴۷.....	مقیاس کیفیت خدمات.....
۵۰.....	رضایت ارباب رجوع (مشتری).....
۵۵.....	فصل چهارم: تکریم ارباب رجوع
۵۷.....	مقدمه.....
۵۸.....	اهمیت و ضرورت تکریم ارباب رجوع.....
۵۹.....	طرح تکریم ارباب رجوع.....
۵۹.....	لزوم اجرای طرح تکریم ارباب رجوع در سازمان ها.....
۶۳.....	اهداف و ویژگی های کاربردی طرح تکریم.....
۶۵.....	مبانی اعتقادی در طرح تکریم ارباب رجوع.....
۶۶.....	اصول طلایی تکریم ارباب رجوع.....
۶۷.....	ملزومات مدیریتی طرح تکریم ارباب رجوع.....
۶۸.....	نقش کارکنان در طرح تکریم ارباب رجوع.....
۶۸.....	ده برنامه کاربردی جهت جلب رضایت ارباب رجوع.....
۷۶.....	طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب رجوع در نظام اداری.....
۷۷.....	اخلاق حرفه ای.....
۷۸.....	کدهای عملی.....
۷۹.....	کد اخلاقی چیست؟.....
۷۹.....	تفاوت قانون و اخلاق.....
۸۰.....	اصول اخلاقی و مدیریت استراتژیک.....
۸۱.....	سند مرامنامه اخلاقی و اداری.....