

هوش معنوی اخلاق اسلامی رضایت مشتری

نویسندگان:

روح الله رضائی شانديز

محمدرضا بهرام رادم

ویراستار:

سیدفخرالدین طاهرزاده موسویان



عنوان و نام پدیدآور	هوش معنوی، اخلاق اسلامی، رضایت مشتری/ نویسندگان روح‌الله رضائی شاندیز، محمدرضا بهرام‌زاده؛ ویراستار سیدفخرالدین طاهرزاده موسویان
مشخصات نشر	تهران: عطران، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری	۱۱۴ ص: جدول، نمودار(بخشی رنگی)؛ ۵/۲۱×۵/۱۴ س.م
شابک	۷۵۰۰۰۰ ریال ۲-۵۴-۷۸۵۰-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه: ۱۱۴-۱۰۹
موضوع	هوش معنوی -- ایران -- نمونه پژوهی Spiritual intelligence -- Iran -- Case studies مصرف‌کنندگان -- ایران -- رضایت -- نمونه پژوهی Consumer satisfaction -- Iran -- Case studies هتل‌ها و مسافرخانه‌ها -- ایران -- خدمات مشتری -- نمونه پژوهی Hotels -- Customer services -- Iran -- Case studies
شناسه افزوده	بهرام‌زاده، محمدرضا، ۱۳۵۶ -
شناسه افزوده	طاهرزاده موسویان، سید فخرالدین، ۱۳۶۶ - ویراستار
رده بندی کنگره	BL۶۲۴
رده بندی دیویی	۹۱۵۳
شماره کتابشناسی ملی	۸۶۸۱۶۶۷



www.ketab.ir

نام کتاب:	هوش معنوی، اخلاق اسلامی، رضایت مشتری
نویسندگان:	روح‌الله رضائی شاندیز، محمدرضا بهرام‌زاده
ویراستار:	سیدفخرالدین طاهرزاده موسویان
نوبت چاپ:	اول
تیراژ:	۱۰۰۰ جلد
قیمت روی جلد:	۷۵۰,۰۰۰ ریال
سال چاپ:	۱۴۰۰
شابک:	۷۸۵۰-۶۲۲-۹۷۸-۵۴-۲
لیتوگرافی:	پرهام نور
چاپ:	عطران
ناشر:	عطران
کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر مطابق قانون مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸ متعلق به نشر عطران می‌باشد و هرگونه کپی‌برداری و استفاده از مطالب بدون اجازه کتبی پیگرد قانونی دارد.	

پیشگفتار ناشر

با هدف تأمین نیازهای آموزشی قشر متخصص، گروه عطران با بیش از یک دهه سابقه برگزاری نشست‌های علمی و دوره‌های تخصصی بین‌المللی، اقدام به دریافت مجوز انتشارات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و بسط آثار علمی و ادبی نویسندگان و اهالی قلم نمود و در ادامه راه، متد تأمین مالی نویسندگان خوش قلم و با استعداد را در دستور کار قرار داده است. بدین صورت که قسمتی از هزینه چاپ کتاب‌های ارسالی پس از داوری، توسط گروه عطران تأمین می‌گردد.

پذیرای نظرات و پیشنهادات متخصصین و صاحب نظران در راستای بهبود و ارتقا سطح علمی و کیفی آثار منتشر شده انتشارات عطران هستیم. شایان ذکر هست که قسمتی از درآمد حاصل از فروش این اثر صرف آموزش فرهنگ محیط زیست خواهد گردید.

۰۲۱-۶۶۱۹۱۰۰۰

۰۹۱۰۸۱۷۲۸۹۶

دفتر مرکزی نشر عطران

تلگرام پشتیبانی آنلاین

www.atrangroup.ir	گروه عطران
www.mdatran.com	شرکت مهندسی ماه دانش عطران (دوره‌های تخصصی و ارائه‌دهنده خدمات مشاوره آموزشی)
www.atranbook.ir	انتشارات عطران
www.zistbanab.ir	ماهنامه اختصاصی زیست‌بان آب
www.envco.ir	همایش و نمایشگاه ملی محیط زیست و بحران‌های پیش رو

دکتر عباس علاف‌صالحی

انتشارات عطران

آذر ۱۴۰۰

فهرست مطالب

۷	فصل اول - کلیات
۸	۱-۱ مقدمه
۹	۱-۲ بیان مسئله
۱۱	۱-۳ اثر مؤثر در شرایط بحران
۱۳	۱-۴ فرضیه‌ها
۱۳	۱-۴-۱: فرضیه اصلی
۱۴	۱-۵ اهداف
۱۴	۱-۵-۱ اهداف فرعی
۱۴	۱-۶ قلمرو
۱۴	۱-۶-۱ قلمرو زمانی
۱۴	۱-۶-۲ قلمرو مکانی
۱۵	۱-۷ مدل مفهومی
۱۵	۱-۸ - تعریف عملیاتی مفاهیم
۱۶	۱-۹ کاربردهای پژوهش
۱۶	۱-۱۰ تعریف مفهومی واژگان کلیدی
۱۶	۱-۱۰-۱ تعاریف نظری:
۱۶	۱-۱۰-۱-۱ رضایت‌مندی:
۱۶	۱-۱۰-۱-۲ رضایت مشتری
۱۸	۱-۱۰-۱-۳ آهوش معنوی
۱۹	۱-۱۰-۱-۴ اخلاق حرفه‌ای
۱۹	۱-۱۰-۱-۵ رویکرد اسلامی به اخلاق:
۲۰	۱-۱۱ انوآوری

۲۱	فصل دوم- ادبیات
۲۲	۲-۱ تعاریف عملیاتی
۲۲	۲-۱-۱ رضایتمندی
۲۳	۲-۱-۲ تعریف رضایت مشتری:
۲۵	۲-۲ هوش
۲۶	۲-۳ معنویت:
۲۷	۲-۴ تعریف هوش از نظر دانشمندان:
۲۸	۲-۴-۱ هوش معنوی و مدل های آن
۳۰	۲-۴-۲ مدل ها و نظریه ها
۳۱	۲-۴-۳ رویکرد ها درباره عوامل اصلی هوش معنوی:
۳۴	۲-۴-۴ مقایسه مؤلفه های هوش معنوی در غرب و اسلام
	۲-۴-۵ ضرورت تبیین الگوی هوش معنوی مبتنی بر آموزه های وحیانی و اسلامی
۳۵	
۳۷	۲-۵ تعاریف و مفاهیم اخلاق حرفه ای با رویکرد اسلامی
۳۹	۲-۵-۱ مفهوم اخلاق حرفه ای
۴۰	۲-۵-۲ مبانی نظری اخلاق حرفه ای در اسلام
۴۱	۲-۵-۳ اصول اخلاق حرفه ای کاری در اسلام
۴۳	6-2 هتل های چهار، پنج ستاره مشهد
۴۴	7-2 تبیین ارتباط بین هوش معنوی و رضایت مشتری و اخلاق حرفه ای
۴۵	۲-۸ پیشینه
۴۵	1-8-2 پیشینه پژوهش داخلی
۵۰	2-8-2 پیشینه پژوهش خارجی
۵۵	فصل سوم- روش
۵۶	۳-۱ روش
۵۶	۳-۲ جامعه و نمونه آماری