

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
I	البسمة
II	الآية القرآنية
III	الإهداء
IV	شكر و عرفان
V	فهرس المحتويات
VI	قائمة الأشكال والجداول
VII	الملخص
VII	Abstract
أ	مقدمة عامة
أ	1: إشكالية الدراسة
ب	2: أهمية الدراسة
ب	3: أهداف الدراسة
ج	4: التعريفات الإجرائية
ج	5: هيكل الدراسة
د	6: الدراسات السابقة
ح	7: التعليق على الدراسات السابقة
01	الفصل الأول: المدخل المفاهيمي للتسويق الداخلي
02	تمهيد
03	المبحث الأول: ماهية التسويق الداخلي
03	المطلب الأول: مفهوم ومراحل التسويق الداخلي
03	الفرع الأول : مفهوم التسويق الداخلي
07	الفرع الثاني : مراحل تطور التسويق الداخلي
10	المطلب الثاني : أهداف و أهمية التسويق الداخلي
10	الفرع الأول :أهداف التسويق الداخلي
11	الفرع الثاني :أهمية التسويق الداخلي
12	المطلب الثالث:أنواع و مستويات التسويق الداخلي
12	الفرع الأول:أنواع التسويق الداخلي

فهرس المحتويات

13	الفرع الثاني: مستويات التسويق الداخلي
14	المطلب الرابع: أبعاد التسويق الداخلي و علاقته بالتسويق الخارجي
14	الفرع الأول: أبعاد التسويق الداخلي
17	الفرع الثاني: علاقة التسويق الداخلي بالتسويق الخارجي
20	المبحث الثاني: التسويق الداخلي كفلسفة حديثة في المنظمة
21	المطلب الأول: إجراءات و تطبيقات التسويق الداخلي
21	الفرع الأول: إجراءات التسويق الداخلي
22	الفرع الثاني: تطبيقات التسويق الداخلي
25	المطلب الثاني: مرتكزات و مبادئ التسويق الداخلي
25	الفرع الأول: مرتكزات التسويق الداخلي
26	الفرع الثاني: مبادئ التسويق الداخلي
26	المطلب الثالث: مزيج ونماذج التسويق الداخلي
26	الفرع الأول: مزيج التسويقي الداخلي
28	الفرع الثاني: نماذج التسويق الداخلي
33	المطلب الرابع: عوامل نجاح و معيقات التسويق الداخلي
33	الفرع الأول: عوامل نجاح التسويق الداخلي
34	الفرع الثاني: معيقات التسويق الداخلي
36	خلاصة الفصل الأول
37	الفصل الثاني: التعلم التنظيمي ومساهمة التسويق الداخلي في تعزيزه
38	تمهيد
39	المبحث الأول: التعلم التنظيمي كتوجه تسييري حديث للمنظمة
39	المطلب الأول: نشأة ومفهوم التعلم التنظيمي
39	الفرع الأول: نشأة التعلم التنظيمي
40	الفرع الثاني: مفهوم التعلم التنظيمي
42	المطلب الثاني: أهمية و أهداف التعلم التنظيمي
42	الفرع الأول: أهمية التعلم التنظيمي
45	الفرع الثاني: أهداف التعلم التنظيمي
46	المطلب الثالث: أنماط و مستويات التعلم التنظيمي

فهرس المحتويات

46	الفرع الأول: أنماط التعلم التنظيمي
48	الفرع الثاني: مستويات التعلم التنظيمي
51	المطلب الرابع: دواعي و متطلبات التعلم التنظيمي
51	الفرع الأول: دواعي التعلم التنظيمي
52	الفرع الثاني: متطلبات التعلم التنظيمي
55	المبحث الثاني: التعلم التنظيمي كتوجه تسييري حديث للمنظمة
55	المطلب الأول: خطوات و طرق التعلم التنظيمي
55	الفرع الأول: خطوات التعلم التنظيمي
56	الفرع الثاني: طرق التعلم التنظيمي
57	المطلب الثاني: مبادئ و نماذج التعلم التنظيمي
57	الفرع الأول: مبادئ التعلم التنظيمي
58	الفرع الثاني: نماذج التعلم التنظيمي
64	المطلب الثالث: معوقات التعلم التنظيمي وكيفية معالجته
64	الفرع الأول: معوقات التعلم التنظيمي
64	الفرع الثاني: كيفية معالجة التعلم التنظيمي
65	المطلب الرابع: مفهوم المنظمة المتعلمة ووسائل تسييرها
66	الفرع الأول: مفهوم المنظمة المتعلمة
66	الفرع الثاني: وسائل تسيير المنظمة المتعلمة
68	المبحث الثالث: التعلم التنظيمي من خلال التسويق الداخلي
68	المطلب الأول: التعلم التنظيمي من خلال المنتج الداخلي
68	الفرع الأول: ماهية المنتج الداخلي
70	الفرع الثاني: أثر المنتج الداخلي على التعلم التنظيمي
70	المطلب الثاني: التعلم التنظيمي من خلال السعر الداخلي
70	الفرع الأول: ماهية السعر الداخلي
72	الفرع الثاني: أثر السعر الداخلي على التعلم التنظيمي
73	المطلب الثالث: التعلم التنظيمي من خلال التوزيع الداخلي
73	الفرع الأول: ماهية التوزيع الداخلي
74	الفرع الثاني: أثر التوزيع الداخلي على التعلم التنظيمي

فهرس المحتويات

75	المطلب الرابع: التعلم التنظيمي من خلال الترويج الداخلي
75	الفرع الأول: ماهية الترويج الداخلي
77	الفرع الثاني: أثر الترويج الداخلي على التعلم التنظيمي
79	خلاصة الفصل الثاني
80	الفصل الثالث: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية و اختبار الفرضيات
81	تمهيد
82	المبحث الأول: تقديم مديرية الصيانة سوناطراك بسكرة
82	المطلب الأول : تعريف المؤسسة الوطنية سوناطراك الأم
83	المطلب الثاني :تعريف مديرية الصيانة سوناطراك بسكرة
84	المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لمديرية الصيانة سوناطراك بسكرة
89	المبحث الثاني : منهجية الدراسة الميدانية
89	المطلب الأول : منهج وحدود الدراسة
89	الفرع الأول :منهج الدراسة
89	الفرع الثاني:حدود الدراسة
90	المطلب الثاني:نموذج وفرضيات الدراسة
90	الفرع الأول:نموذج الدراسة
91	الفرع الثاني:فرضيات الدراسة
92	المطلب الثالث: مجتمع و عينة الدراسة
92	الفرع الأول : مجتمع الدراسة
92	الفرع الثاني: عينة الدراسة
96	المطلب الرابع: أداة الدراسة و الأساليب الإحصائية
96	الفرع الأول: أداة الدراسة
99	الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية
100	المبحث الثالث: عرض و مناقشة النتائج
100	المطلب الأول: عرض نتائج فقرات متغيري الدراسة
100	الفرع الأول: متغير التسويق الداخلي
103	الفرع الثاني: متغير التعلم التنظيمي
106	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الأثر

فهرس المحتويات

106	الفرع الأول: الاختبارات القبلية
109	الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى و فرضياتها الفرعية
114	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الفروق الشخصية
114	الفرع الأول: اختبار الفرضية الفرعية الرئيسية الثانية
116	الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة
119	المطلب الرابع: مناقشة النتائج
119	الفرع الأول: مناقشة نتائج الاستبيان
119	الفرع الثاني: تفسير نتائج الفرضيات
122	خلاصة الفصل الثالث
123	خاتمة عامة
126	قائمة المراجع
136	قائمة الملاحق