

المحتويات

5	الاهداء
7	قائمة المحتويات
9	قائمة الجداول
11	قائمة الأشكال
13	المقدمة

الفصل الأول / الإطار النظري للدراسة

		المبحث الاول : التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية
21	والاخلاقية في التسويق
49	المبحث الثاني : فلسفة التسويق الاخضر
101	المبحث الثالث : الأداء التسويقي ، المفهوم ، الاهمية ، المؤشرات

الفصل الثاني/ منهجية الدراسة ودراسات سابقة

		المبحث الاول : منهجية الدراسة المتمثلة بمشكلة الدراسة واهميتها
137	واهدافها ومخططها وفرضياتها
		المبحث الثاني : الدراسات السابقة ذات الصلة بالدراسة الحالية للاستفادة
151	منها في تحديد مسار الدراسة وخطواتها

الفصل الثالث / وصف وتشخيص متغيرات الدراسة

168	المبحث الاول: وصف مجتمع الدراسة وعينتها
-----	-------	---

المبحث الثاني: وصف وتشخيص آراء عينة الدراسة حول ابعاد فلسفة	
التسويق الاخضر.....	182
المبحث الثالث: وصف وتشخيص آراء عينة الدراسة حول مؤشرات	
الاداء التسويقي	194

الفصل الرابع / اختبار انموذج الدراسة وفرضياتها

المبحث الاول: تتباين الشركة المبحوثة في تبني متغيرات الدراسة	215
المبحث الثاني: تحليل واختبار علاقة الارتباط بين ابعاد فلسفة التسويق	
الاخضر والاداء التسويقي بمؤشراته	223
المبحث الثالث: قياس اثر تبني فلسفة التسويق الاخضر بأبعاده في تحسين	
الاداء التسويقي بمؤشراته	253

الفصل الخامس / الاستنتاجات والتوصيات

المبحث الاول : الاستنتاجات	270
المبحث الثاني : التوصيات	277
المصادر العربية	281
الملخص باللغة الأنكليزية	288
الملاحق	320