

۲۰ ۱۲۸۶

خلاقیت در مدیریت سازمان و واحدهای کسب و کار

تألیف:

مرتضی خاکسار

ویراستار:

نداسادات نقبایی

آریا نقش ۱۳۹۷

سرشناسه	خاکسار، مرتضی، ۱۳۴۵-
عنوان و نام پدیدآور	خلاقیت در مدیریت سازمان و واحدهای کسب و کار / تألیف مرتضی خاکسار؛ ویراستار نداسادات نقیایی.
مشخصات نشر	تهران: آریا نقش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۱۸۸ص.
شابک	978-600-8904-75-5
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	خلاقیت در کسب و کار -- مدیریت
موضوع	Creative ability in business -- Management :
موضوع	نوآوری -- مدیریت
موضوع	Technological innovations -- Management :
موضوع	سازمان -- مدیریت
موضوع	Organization -- Management :
موضوع	ارتباط در سازمانها
موضوع	Communication in organization :
شناسه افزوده	نقباور، سید. - ۱۳۵۴، ویراستار
رده بندی کنگره	۱۳۹۷ : ۳۸۲ ح ۳ PD
رده بندی دیویی	۵۸/۴۰۶۳ :
شماره کتابشناسی ملی	۵۵۰۷۷۷۸ :

تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۷۷۲۸۹
www.arianaghsh20.ir

تهران، میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی
خیابان وحید نظری، پلاک ۱۵۰، واحد ۲



خلاقیت در مدیریت سازمان و واحدهای کسب و کار

تألیف: مرتضی خاکسار

ویراستار: نداسادات نقیایی

چاپ: چاپ اول - ۱۳۹۷

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۰۴-۷۵-۵

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای مولف محفوظ است.

سخنی با خوانندگان:

مجموعه مطالب ذکرشده در کتاب (خلاقیات مدیریت در سازمان و واحدهای کسبوکار) که حاصل هم‌اندیشی و نواندیشی کارشناسان علم مدیریت جهت برنامه‌ریزی بهینه با هدف تقویت انگیزه‌های خلایق در سازمان و واحدهای کسبوکار گردآوری و چاپ گردیده و قادر خواهد بود توان مدیریتی در برنامه‌ریزی بروز خلایق و ایجاد چالش‌های انگیزشی یاری نماید. در این اساس باعث کارآفرینی و بهبود وضعیت موجود تولید و فروش بیشتر و رونق کسبوکار در سازمان و رد فعالیت گردد.

مجموعه مطالب این کتاب برای استفاده اساتید و دانشجویان محترم کلیه گرایش‌های مدیریت و مدیران محترم مراکز و واحدهای کسبوکار توصیه می‌گردد. با ارائه این مجموعه گامی در جهت تحقق، تقویت و پژوهش و افزایش خلایق در شیوه کسبوکار و رونق سازمان‌های فعال پرنه کشور عزیزمان برداشته باشیم.

با سپاس و امتنان مرتضی خاکسار ۱۳۹۷

فهرست

۱۳	فصل اول: سازمان و ارتباطات سازمانی
۱۴	چالش‌های موجود در سازمان
۱۴	تعاریف سازمان
۱۴	تعریف سازماندهی
۱۶	تفاوت سازمان آموزشی با سازمان فرهنگی
۱۷	ارتباط
۱۸	ارکان اصلی فرآیند ارتباطات
۱۹	ارتباطات سازه‌ای
۲۱	انواع ارتباطات
۲۱	جریان ارتباطات در سیستم
۲۱	بهبود در ارتباط سازمان‌ها
۲۲	نتیجه‌گیری
۲۳	فصل دوم: سازمان‌های مردم‌نهاد
۲۴	تشکل‌های مردمی و اجتماعی
۲۵	تاریخچه سازمان‌های غیردولتی NGO
۲۵	تعاریف ارائه‌شده از سازمان‌های غیردولتی
۲۶	تعریف ارائه‌شده از سوی شورای اروپا
۲۶	اداره اطلاعات عمومی سازمان ملل
۲۶	تعاریف بانک جهانی
۲۷	تعریف ارائه‌شده بر اساس اسناد سازمان ملل
۲۸	فعالیت‌های سازمان‌های غیردولتی
۲۸	مراحل تکامل شکل‌گیری سازمان‌های غیردولتی
۲۹	اهداف
۲۹	روش‌ها
۳۰	نظارت و کنترل بر سازمان‌های مردم‌نهاد
۳۱	تشکل‌های مردم‌نهاد در ایران
۳۲	سابقه تشکل‌های مردم‌نهاد در ایران
۳۳	فصل سوم: روابط عمومی
۳۴	تعریف مفهومی روابط عمومی

۳۵	تعریف کاربردی روابط عمومی
۳۶	وظایف اصلی روابط عمومی
۳۶	تاریخچه روابط عمومی در جهان و ایران
۳۷	روابط عمومی در ایران
۳۷	جایگاه و وظایف روابط عمومی در کشور ما
۳۸	انواع روابط عمومی در سازمان‌ها
۳۹	انواع روابط عمومی در عصر امروز
۳۹	روابط عمومی الکترونیک
۳۹	روابط عمومی دیجیتال
۴۰	روابط عمومی آف‌لاین
۴۰	روابط عمومی سایبر
۴۰	روابط عمومی اینترنتی
۴۰	روابط عمومی مجازی
۴۱	جایگاه روابط عمومی در سایر بخش‌ها
۴۱	جایگاه روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی
۴۱	روابط عمومی و جایگاه آن در اسلام
۴۲	جایگاه روابط عمومی در میان سازمان‌ها
۴۳	نیاز و ضرورت اجتماع به روابط عمومی
۴۳	رسانه‌ها و روابط عمومی
۴۴	روابط عمومی بین‌المللی
۴۵	پیوند تبلیغات و روابط عمومی با یکدیگر
۴۵	مهم‌ترین اصول یک روابط عمومی پیشرو و آرمانی
۴۶	ویژگی مدیریت استراتژیک روابط عمومی پویا
۴۶	چرا روابط عمومی جایگاهی ندارد
۴۷	چالش‌های روابط عمومی در ایران
۴۹	راهکارهای مناسب برای حل این چالش‌ها
۵۰	پیشنهاد‌های لازم برای توانمندی روابط عمومی‌ها
۵۳	فصل چهارم: مدیریت و جامعه‌شناسی
۵۴	مقدمه
۵۴	نظریه‌های کلاسیک مدیریت
۵۵	انتقاد بر نظریه‌های کلاسیک

۵۵	نظریه‌سازان کلاسیک یا ماشینی
۵۶	تعریف جامعه‌شناسی
۵۷	ویژگی‌های اساسی جامعه
۵۸	مسئولیت اجتماعی
۶۰	انواع سازمان‌ها بر اساس قدرت مشروع
۶۰	سازمان‌ها (عقلانی و قانونی بروکراتیک)
۶۰	جایگاه ویژگی‌های ساختار بروکراتیک وبر و ویژگی‌های آن
۶۳	فصل پنجم: سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی
۶۴	سازمان و نهاد اجتماعی
۶۵	جامعه‌شناسی سازمان
۶۵	اقتصاد سازمانی
۶۶	فعالیت‌های تولیدی و انهاء آن
۶۷	کار از دیدگاه‌های مختلف
۷۶	وظایف حکومت اسلامی بر ارتباط به کار
۷۷	نتیجه‌گیری
۷۹	فصل ششم: اقتصاد سازمانی
۸۰	علوم اجتماعی
۸۰	علوم اقتصاد و تسلط بر آن
۸۱	اندیشه مدیریت بازرگان
۸۴	اصل چهارده مدیریت
۸۷	نهضت روابط انسانی
۸۹	ویژگی مدیریت ژاپنی
۹۰	نظریه مدیریتی
۹۱	فصل هفتم: سازمانی و مدیریت
۹۲	سازمان و مدیریت
۹۳	بند مدیریتی ماتسوشیتا
۹۷	تبلیغات
۱۰۰	بازارهای سرمایه کارا
۱۰۸	نتیجه
۱۰۹	تأثیر تخفیف
۱۱۰	رنگ‌ها

۱۱۱	ریسک
۱۱۴	نکته‌های خواندنی از زبان مدیران موفق
۱۱۷	کایزن
۱۱۹	فصل هشتم: بازاریابی در سازمان
۱۲۰	ارزش نام تجاری
۱۲۱	فراتر از عنوان
۱۲۱	ارزش تجاری نام تجاری
۱۲۳	سرمایه‌گذاری برای نام تجاری
۱۲۵	محاسبه نام تجاری
۱۲۶	ابزارهای بازاریابی
۱۲۶	استراتژی بازاریابی
۱۲۷	فرآیند خرید محصل
۱۲۸	ویژگی‌های افراد خلاق
۱۳۱	تحقیقات بازاریابی
۱۳۲	طرح‌های پیشنهادی
۱۳۴	ابعاد مختلف پژوهش
۱۳۷	فصل نهم: تأثیر خلاقیت در مدیریت سازمان
۱۳۸	اشاره
۱۳۹	خلاقیت
۱۴۰	ویژگی‌های خلاقیت
۱۴۱	مدیریت
۱۴۲	خلاقیت‌های مدیریت
۱۴۴	کارآفرینی
۱۴۵	ابتکار
۱۴۵	تفکر و واقع‌گرایی
۱۴۵	شکار فرصت‌ها
۱۴۶	استقلال و کنترل درونی
۱۴۶	رشد دهنده‌گی و بهره‌وری
۱۴۶	خلاقیت و اشتغال
۱۴۸	انواع خلاقیت و تجربه
۱۴۹	کارآفرینی سازمانی و ویژگی‌های آن

فصل دهم: تأثیر هوش در مدیریت سازمان.....	۱۵۱
هوش.....	۱۵۲
انواع هوش‌ها.....	۱۵۲
نتیجه‌گیری.....	۱۵۹
فصل یازدهم: چگونگی بهبود در روابط سازمانی.....	۱۶۱
بهبود عملکرد سازمانی.....	۱۶۲
قوانین راهبردی در ارتباطات سازمانی.....	۱۶۴
بعضی مشکلات در ارتباطات سازمانی.....	۱۶۵
راه‌کارهایی برای حمایت از ارتباطات سازمانی.....	۱۶۶
بهبود سازمان.....	۱۶۷
اهداف بهبود.....	۱۶۸
تکنیک‌های بهبود سازمان.....	۱۶۹
چالش‌های بهبود سازمانی.....	۱۷۱
راهکارها.....	۱۷۱
منابع.....	۱۷۷