

پژوهشنامه مدیریت ۷

مدیریت بازرگانی

www.ketab.ir

تألیف:

دکتر سید محمد مقیمی (دانشیار دانشگاه تهران)
دکتر مجید رمضان (استادیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر)

سرشناسه :	مقیمی، محمد، ۱۳۵۰ -
عنوان و نام پدیدآور :	مدیریت بازرگانی / تألیف محمد مقیمی، مجید رمضان.
مشخصات نشر :	تهران: راه دان، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری :	۲۵۲ص: جدول، نمودار.
فروست :	پژوهشنامه مدیریت: ۷.
شابک :	۶۲۰۰۰ ریال: 978-600-5950-26-7
وضعیت فهرست نویسی :	فیا
موضوع :	مدیریت -- نمونه پژوهی
موضوع :	بازاریابی -- مدیریت -- نمونه پژوهی
شناسه افزوده :	رمضان، مجید، ۱۳۶۰ -
رده بندی کنگره :	۱۳۹۰، ج ۷، پ ۴۲، ق ۷۷۳۷/۴۲
رده بندی دیویی :	۶۵۸/۰۰۷۲۲
شماره کتابشناسی ملی :	۲۴۹-۳۸۳

پژوهشنامه مدیریت : مدیریت بازرگانی

- ✧ مؤلفان: دکتر سید محمد مقیمی، دکتر مجید رمضان
- ✧ ناشر: انتشارات راه دان
- ✧ شمارگان: ۱۵۰۰ نسخه
- ✧ نوبت چاپ: چاپ اول
- ✧ تاریخ چاپ: بهار ۱۳۹۰
- ✧ قیمت: ۶۲۰۰۰ ریال
- ✧ شابک: ۷-۷-۶۲۰۰۰-۵۹۵۰-۹۷۸
- ✧ طراحی و نظارت چاپ: عقیق ۴-۳-۸۸۹۳۲۴۰۳

مراکز پخش و فروش:

- انتشارات ترمه: خ. انقلاب، ف. ۱۲، فروردین، پ. ۲۹۰، تلفن: ۶۶۹۶۳۳۰۱
- پخش سینا: انقلاب، ف. ۱۲، فروردین، خ. امید نظری، پ. ۱۳۲، تلفن: ۶۶۴۰۱۷۸۳ - ۶۶۴۸۱۵۱۴
- مهربان نشر: خ. انقلاب، ف. ۱۲، فروردین، خ. لباف نژاد، پ. ۱۸۹، تلفن: ۶۶۹۶۷۳۱۷۵ - ۶۶۹۵۴۸۹۶
- انتشارات نگاه دانش: خ. انقلاب، ف. ۱۲، فروردین، ساختمان ناشران، پ. ۱۴، طبقه ۲، تلفن: ۶۶۹۵۴۸۹۶
- پخش دانشیران: انقلاب، ف. اردیبهشت، نبش خ. امید نظری، پ. ۱۴۲، تلفن: ۶۶۴۰۰۱۴۴ - ۶۶۴۰۰۲۲۰

✧ کلیه حقوق این اثر متعلق به مؤلفین بوده و چاپ و تکثیر پرسشنامه ها، نسخه برداری و انتشار تمام یا بخشی از آن در قالب کتاب، لوح فشرده یا سایت های اینترنتی ممنوع بوده و پیگرد قانونی دارد.



«يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ»
«خداوند کسانی را که ایمان آورده‌اند و کسانی را که به آنان علم داده شده، درجات عظیمی می‌بخشد.»
(سوره مجادله، آیه ۱۱)

پیشگفتار

مجموعه‌ی پژوهشنامه مدیریت، حاصل بیش از یک دهه مطالعه‌ی جدی و گسترده است که با اندیشه‌ی گشودن فضاها‌ی جدید تحقیقاتی در عرصه مدیریت با استفاده از ابزارهای معتبر علمی، پایه‌ریزی شده‌است. از آنجا که یکی از اصلی‌ترین ارکان هر کار پژوهشی را گردآوری داده‌ها تشکیل می‌دهد و پرسشنامه به عنوان روشی کارآمد که از طریق گویه‌های آن می‌توان نگرش‌های پاسخ دهنده را در خصوص موضوعات مختلف مورد ارزیابی قرار داد؛ همچنان در تحقیقات مدیریت دارای اهمیت ویژه است. یکی از چالش‌های مهم که همواره پژوهشگران با آن مواجه بوده‌اند، انتخاب موضوعی جدید و کاربردی و همچنین طراحی ابزار علمی معتبر برای سنجش متغیرهای تحقیق است. پژوهشنامه مدیریت این امکان را فراهم می‌آورد تا محققان برای انجام تحقیقات کمی و کیفی و مرور پرسشنامه‌های آن، ضمن انتخاب موضوع دلخواه خود و تدوین مدل مفهومی و فرضیات تحقیق بر مبنای مؤلفه‌ها و گویه‌های مطرح شده در پرسشنامه‌ها؛ به ابزارهای جدید علمی و معتبر برای گردآوری داده‌ها دسترسی داشته باشند. این پرسشنامه‌ها را می‌توان عیناً به همان صورت و یا به صورت ترکیبی و یا از طریق بومی سازی عبارات آن، متناسب با اهداف و فرضیات تحقیق مورد استفاده قرار داد.

این مجموعه تلاش دارد تا تمامی زمینه‌ها و گرایش‌های رشته مدیریت را تحت پوشش قرار دهد. لذا مؤلفین با توجه به دسته‌بندی موجود در علوم مدیریت، اقدام به گروه بندی ۸۴۱ پرسشنامه نموده و آنها را

در ۹۰ محور اصلی طبقه بندی کرده و در قالب دوازده کتاب به شرح زیر تقدیم علاقمندان نموده‌اند:

- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۱: مبانی سازمان و مدیریت (مشمول بر ۷۵ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۲: مدیریت رفتار سازمانی (فردی و گروهی) (مشمول بر ۸۷ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۳: مدیریت رفتار سازمانی (سطح سازمانی) (مشمول بر ۶۳ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۴: روانشناسی سازمانی (مشمول بر ۷۱ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۵: مدیریت منابع انسانی (مشمول بر ۸۰ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۶: مدیریت امور عمومی و دولتی (مشمول بر ۵۶ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۷: مدیریت بازرگانی (مشمول بر ۷۹ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۸: مدیریت مالی (مشمول بر ۴۲ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۹: مدیریت صنعتی (مشمول بر ۸۱ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۱۰: مدیریت دانش و فناوری اطلاعات (مشمول بر ۸۷ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۱۱: مدیریت استراتژیک و کارآفرینی (مشمول بر ۶۵ پرسشنامه معتبر)؛
- ✓ پژوهشنامه مدیریت ۱۲: مدیریت آموزشی (مشمول بر ۵۵ پرسشنامه معتبر).

هرچند که پرسشنامه‌ها در یکی از محورها گنجانده شده‌اند، اما باید اذعان نمود که در برخی موارد، این پرسشنامه‌ها می‌توانست در سایر محورها و یا سایر کتب گنجانده شود. به هر حال، مؤلفین ناچار بوده‌اند که دست به انتخاب بزنند و پرسشنامه را صرفاً در یک محور یا یک کتاب قرار دهند. برای آگاهی و دسترسی خوانندگان محترم به کلیه پرسشنامه‌های این مجموعه، عناوین و شناسه‌ی پرسشنامه‌ها، به صورت فهرست‌وار و به تفکیک کتب دوازده گانه، پس از پیشگفتار کتاب آورده شده است.

مطالب این مجموعه به گونه‌ای تنظیم شده است که خواننده ضمن آشنایی با مفاهیم کلیدی مدیریت در قالب چکیده‌ای مختصر و مفید، برای ارزیابی پرسشنامه‌هایی که دارای تنوع زیاد بوده و تکمیل کننده یکدیگرند، آمادگی کافی را پیدا می‌نماید. تمامی پرسشنامه‌ها نیز از معتبرترین مجلات علمی-پژوهشی دنیا و همچنین رساله‌های دکتری و کارشناسی ارشد دانشگاه‌های مطرح جهان انتخاب گردیده و در قالب چارچوبی واحد (شامل: عنوان پرسشنامه، هدف، نحوه تکمیل، متن پرسشنامه، نحوه امتیازبندی و تفسیر نتایج) تنظیم شده است. مؤلفین تمامی اهتمام خود را به کار بسته‌اند تا پرسشنامه‌هایی را برای این مجموعه انتخاب نمایند که با نیازهای واقعی و شرایط فرهنگی جامعه اسلامی‌انطباق بیشتری دارد؛ به

همین منظور در برخی موارد، سؤالات پرسشنامه‌ها را بومی سازی نموده‌اند. این پرسشنامه‌ها توسط صاحب‌نظران برجسته مدیریت در سراسر جهان طراحی گردیده و از روایی و اعتبار بسیار بالایی برخوردارند؛ به طوری که برخی از آنها در مطالعات مختلفی در اقصی نقاط جهان مورد استفاده قرار گرفته‌اند که خوانندگان محترم برای آشنایی با پیشینه آنها می‌توانند به منبع اصلی هر پرسشنامه که در صفحه مربوطه قید شده است، مراجعه نمایند.

مجموعه پژوهشنامه مدیریت برای گروه‌های مختلفی دارای کاربرد است. مخاطبین اصلی این مجموعه عبارتند از:

- اساتید رشته‌های مختلف مدیریت که به دنبال عرضه مفاهیم جدید مدیریت در قالب مثال، نمونه‌های کاربردی و مطالب قابل فهم برای دانشجویان می‌باشند، می‌توانند در کنار بهره‌گیری از چکیده مباحث نظری کتاب، با استفاده از سؤالات پرسشنامه‌ها، مطالب نظری را از حالت انتزاعی خارج نموده و کلاس‌های جذاب و پویایی داشته باشند؛
- دانشجویان کارشناسی ارشد و دکترای مدیریت که در مرحله انتخاب موضوع رساله و طراحی ابزار گردآوری داده‌ها هستند؛
- منبع آموزشی مناسب برای دانشجویان مقاطع مختلف تحصیلی رشته‌های مدیریت جهت درک مفاهیم کلیدی و همچنین انتخاب ابزار علمی برای انجام پروژه‌های درسی در راستای کاربردی نمودن مفاهیم نظری؛
- پژوهشگران عرصه مدیریت که به دنبال گردآوری داده‌های واقعی جهت حل مسائل و مشکلات سازمان‌ها و شرکت‌های تولیدی و خدماتی می‌باشند؛
- مدیران و کارشناسان سازمان‌ها و شرکت‌ها که خواهان بهبود و تحول سازمانی از طریق کاربرست نتایج تحقیقات کاربردی هستند؛
- مشاورین مدیریت که به دنبال مدل‌های مفهومی و کاربردی جدید هستند، می‌توانند با استفاده از مؤلفه‌ها و سؤالات پرسشنامه‌ها، پیشنهادهای عملیاتی را برای بهبود و تحول در سازمان‌ها و شرکت‌های طرف مشاوره ارائه نمایند.

در تدوین این مجموعه، مؤلفین به افراد زیادی مدیون هستند. همسر و فرزندانمان همواره مشوق ما بوده و زندگی را به گونه‌ای سامان داده‌اند که با فراغ بال به کار علمی بپردازیم. لذا بر خود لازم می‌دانیم تا مراتب

سپاسگزاری خود را از آنان ابراز داریم؛ هرچند که بر این امر وقوف کامل داریم که هیچ سپاسی نمی تواند جای اوقات از دست رفته و حق مسلم آنان را بگیرد. آقای مهندس هادی دشتکی با حوصله فراوان و دقت متعهدانه، زحمت صفحه آرایی را بر عهده داشته‌اند که صمیمانه از ایشان تشکر می‌گردد.

آقای محمد باقر جعفری پور مدیر محترم گروه هنری عقیق و همکاران محترم ایشان، در انجام هماهنگی‌ها جهت انتشار این مجموعه، تلاش‌های ارزشمند و دلسوزانه‌ای مبذول داشته‌اند و همچنین آقای سید محمد هاشمی زحمت طراحی جلد کتاب متقبل شده‌اند که صمیمانه از زحماتشان تقدیر و تشکر به عمل می‌آید.

امید است این مجموعه بتواند روزه‌های جدیدی فراوی محققان این مرز و بوم اسلامی قرار دهد و بخشی از کاستی‌های نظام پژوهشی در عرصه مدیریت را که ناشی از فقدان آگاهی از موضوعات ناب و جدید متناسب با اقتضائات امروز نظامات مدیریتی دنیا، و همچنین عدم دسترسی به ابزارهای معتبر علمی برای گردآوری داده‌هاست، برطرف سازد و با توجه به نتایجی که از این پژوهش‌ها حاصل می‌شود، زمینه برای تدوین الگوهای مدیریتی بومی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی در جهت پیشرفت مادی و معنوی جامعه فراهم گردد.

سید محمد مقیمی Moghimi@ut.ac.ir

محمد رمضان Ramezan@mut.ac.ir

فهرست جامع پرسشنامه‌های مجموعه پژوهشنامه مدیریت

۴۳	مشارکت در تصمیم‌گیری گروهی
۴۴	سبک پاسخگویی
۴۵	سبک تصمیم‌گیری کلی
۴۶	دودلی و تردید در تصمیم‌گیری
۴۷	استراتژی تصمیم‌گیری
فصل ششم: سازماندهی	
۴۸	ساختار نامشهود سازمان
۴۹	نگرش نسبت به افراد و سازمان
۵۰	مدیریت فرایند سازماندهی و سازمان غیر رسمی
۵۱	سازماندهی و توسعه ساختار سازمانی
۵۲	طراحی ساختار ماتریسی
۵۳	ساختار سازمانی
۵۴	ایجاد ساختار سازمانی
۵۵	ساختار سازمانی بروکراتیک
فصل هفتم: کنترل و نظارت	
۵۶	خود نظارتی
۵۷	فرایند کنترل
۵۸	بازخورد عملکرد
۵۹	انواع بازخورد
۶۰	مهارت‌های نظارت
۶۱	کنترل پیش‌نگر
فصل هشتم: مدیریت تغییر	
۶۲	آمادگی برای تغییر
۶۳	مکانیزم‌های دفاعی در برابر تغییر
۶۴	تغییر سازمانی
۶۵	مقاومت نسبت به تغییر سازمانی
۶۶	بازگشت سازمان به تغییر
۶۷	تغییر محیط کاری با کیفیت بالا
۶۸	انعطاف پذیری نسبت به تغییر
۶۹	تغییر سازمانی
۷۰	آمادگی تغییر
۷۱	آمادگی سازمانی برای تغییر با رویکرد منابع انسانی
۷۲	تجربه تغییر
۷۳	مداخلات
۷۴	بهبود سازمانی
۷۵	توسعه سازمانی

پژوهشنامه مدیریت ۲: مدیریت رفتار سازمانی (سطح فردی و گروهی)

فصل اول: کلیات رفتار سازمانی	
۷۶	درک رفتار سازمانی
۷۷	حس مشترک درباره رفتار در سازمان
۷۸	ارزیابی برنامه‌های اقدام (Action Plan)
۷۹	تشریح رفتار
۸۰	رفتار منطقی درک شده سازمان
فصل دوم: نگرش‌ها و ادراکات فردی	
۸۱	کانون کنترل
۸۲	عزت نفس مبتنی بر سازمان (OBSE)

پژوهشنامه مدیریت ۱: مبانی سازمان و مدیریت

فصل اول: بهره‌وری و اثربخشی سازمان	
۱	نگرش کارکنان نسبت به افزایش بهره‌وری
۲	برنامه‌های بهبود بهره‌وری
۳	مقایسه مدیران مجرب با مدیران جوانتر
۴	انسجام و یکپارچگی سازمان
۵	هویت سازمان
۶	عوامل موثر بر استراتژی روابط بین سازمانی
۷	استراتژی روابط بین سازمانی
۸	توانمندسازی سازمانی
۹	سازمان‌هایی در کلاس جهانی
۱۰	استراتژی ارزیابی سازمانی
۱۱	ظرفیت‌های سازمانی
۱۲	سلامت کسب و کار
۱۳	معیارهای موفقیت سازمان
۱۴	خود ارزیابی کسب و کار
۱۵	اثربخشی مدیریت سازمان
فصل دوم: مدیریت عملکرد	
۱۶	ارزیابی و تحلیل مدیریت عملکرد سازمان‌ها
۱۷	مدیریت عملکرد
۱۸	عملکرد در شرکت‌های چند ملیتی
۱۹	ملزومات عملکرد کسب و کار
۲۰	مالکوم بالدريج
۲۱	کارت امتیازی متوازن
۲۲	تاثیر مدل EFQM بر عملکرد شرکت
۲۳	ویژگی‌های کارکنان در مدیریت عملکرد
فصل سوم: شایستگی‌ها و مهارت‌های مدیریت	
۲۴	مهارت‌ها و توانایی‌های روابط انسانی
۲۵	مدیر قرن بیست و یکم
۲۶	مهارت‌های مدیریت
۲۷	مدیر اثربخش
۲۸	ویژگی‌های روان‌سنجی مهارت‌های مدیریتی
۲۹	مهارت‌های سازمانی
۳۰	شایستگی‌های مدیریت ارشد
۳۱	شایستگی‌های مدیران در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات
۳۲	اثربخشی مدیریت ارشد
۳۳	فعالیت‌های مدیریتی قابل
۳۴	مهارت‌های ادراکی، انسانی و فنی
فصل چهارم: سازمان یادگیرنده	
۳۵	یادگیری در مورد محیط مدیران
۳۶	ظرفیت یادگیری سازمانی
۳۷	سازمان یادگیرنده
۳۸	سازمان یادگیرنده بر اساس مدل DLOQ
۳۹	شرایط یادگیری در سازمان
فصل پنجم: برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری	
۴۰	سبک تصمیم‌گیری شخصی
۴۱	تصمیم‌گیرنده خوب بودن
۴۲	برنامه‌ریز خوب بودن

۸۳	کفایت نفس	۱۲۲	پرسشنامه نقش تیم
۸۴	اخلاقی بودن نگرش‌ها و رفتارها	۱۲۳	ارزیابی استقلال تیم
۸۵	تحمل ابهام	۱۲۴	ارزیابی اثربخشی عملکرد گروه
۸۶	خودآگاهی	۱۲۵	بررسی میزان مشارکت و درگیری افراد
۸۷	عزت نفس	۱۲۶	مهارت‌های تسهیل‌کنندگی
۸۸	مهارت‌های مدیریت نگرش کارکنان	۱۲۷	جو یادگیری و مهارت‌های گروه کاری
۸۹	خودآرزیابی سازمانی	۱۲۸	ارزیابی اثربخشی تیم
۹۰	نگرش در کار	۱۲۹	هدف‌گذاری در تیم
۹۱	نگرش در مورد محیط کار	۱۳۰	بررسی نقش افراد در تیم
۹۲	اندراکات و انتظارات نسبت به محل کار	۱۴۱	روابط بین شخصی در تیم
۹۳	عزت نفس	۱۴۲	بررسی رویه‌ها در تیم
۹۴	احساس و نگرش افراد از خود	۱۴۳	ارزیابی جلسات گروهی
فصل سوم: یادگیری		فصل هشتم: پویایی‌های گروه	
۹۵	یادگیری غیر رسمی در محل کار	۱۴۴	سیک‌های مدیریت تضاد
۹۶	ابزار مدل یادگیری	۱۴۵	چگونگی برخورد با عملکرد گروهی، رفتار بین گروهی و تضاد
۹۷	یادگیری مشارکتی	۱۴۶	پویایی جلسه
۹۸	یادگیری فردی	۱۴۷	تأثیر فرهنگ ملی بر رویکردهای مذاکره
۹۹	یادگیری گروهی	۱۴۸	بررسی رویکردهای مذاکره
۱۰۰	یادگیری سازمانی	۱۴۹	مدیریت تضاد
۱۰۱	بررسی سیک‌های یادگیری	۱۵۰	تاکتیک‌های سیاسی
۱۰۲	ایجاد سازمانی توانمندکننده یادگیری فردی	۱۵۱	استراتژی‌های سیاسی
۱۰۳	سیک‌های یادگیری	۱۵۲	انواع قدرت
۱۰۴	سیک‌های یادگیری	۱۵۳	مبانی قدرت
۱۰۵	ارزیابی سبک شغلی	۱۵۴	مهارت‌های نفوذ سازمانی
۱۰۶	ایرادهای بهبود یادگیری	۱۵۵	رفتارها در محیط اداری
فصل چهارم: انگیزش		۱۵۶	درگیری شغلی (مشارکت کاری)
۱۰۷	خوب بودن در ایجاد انگیزه	فصل نهم: توانمندسازی	
۱۰۸	پرسشنامه انتظار	۱۵۷	نیمرخ توانمندسازی
۱۰۹	نگرش نسبت به سازمان	۱۵۸	توانایی الگوبرداری توانمندسازی
۱۱۰	مهارت‌های انگیزشی	۱۵۹	نیمرخ توانمندسازی
۱۱۱	سنجش صمیمی و صریح انگیزش	۱۶۰	مهارت‌های توانمندسازی
۱۱۲	امتیاز بالقوه انگیزش	۱۶۱	ایجاد توانمندی محیط کار
فصل پنجم: رضایت شغلی و تعهد سازمانی		۱۶۲	توانمندسازی روانی
۱۱۳	رضایت شغلی	پژوهشنامه مدیریت ۳: مدیریت رفتار سازمانی (سطح سازمانی)	
۱۱۴	وفاداری	فصل اول: ارتباطات سازمانی	
۱۱۵	تعهد سازمانی	۱۶۳	ارتباطات
۱۱۶	تعهد سازمانی	۱۶۴	کیفیت ارتباطات
۱۱۷	تعهد سازمانی	۱۶۵	خودگشودگی
۱۱۸	اخلاق سازمانی و رضایت و تعهد کارکنان	۱۶۶	بازخور و حمایت از استقلال کارکنان
فصل ششم: مدیریت استرس		۱۶۷	رفتارهای متقابل شخصی عادلانه
۱۱۹	عوامل مؤثر بر استرس شغلی	۱۶۸	سیک ارتباطی
۱۲۰	علائم تحلیل رفتگی	۱۶۹	مهارت‌های بازخور
۱۲۱	تحلیل رفتگی و نیمه خاموشی	۱۷۰	بازخور
۱۲۲	عوامل مؤثر بر فشارهای شغلی	۱۷۱	خوب بودن در برقراری ارتباطات
۱۲۳	فرسودگی شغل	۱۷۲	نیازهای ارتباطی
۱۲۴	استرس شغلی	۱۷۳	روابط با همکاران
۱۲۵	تحلیل رفتگی	۱۷۴	اثربخشی سیستم ارتباطات
۱۲۶	روش‌های غلبه بر استرس شغلی	۱۷۵	سرمایه رابطه ای
فصل هفتم: کار گروهی و تیمی		۱۷۶	روابط بین شخصی
۱۲۷	دلایل اجرای مدیریت بر مبنای تیم	۱۷۷	روابط بین شخصی
۱۲۸	عوامل تسهیل‌کننده مدیریت بر مبنای تیم	۱۷۸	ارتباطات کلامی بین کارکنان و مدیران
۱۲۹	نگرش افراد در زمینه گروه‌های کاری	۱۷۹	گوش کردن
۱۳۰	بازیکر تیم	۱۸۰	مهارت‌های برقراری ارتباطات
۱۳۱	مراحل توسعه گروه	۱۸۱	مهارت‌های بین شخصی

۱۸۲	مهارت‌های گوش دادن	۲۲۸	ادراک شخصیت
۱۸۳	ارتباطات غیر کلامی	۲۲۹	خود شیفتگی
۱۸۴	شبکه های ارتباطات	۲۳۰	خوش بینی
فصل دوم: رهبری سازمانی		۲۳۱	کنترل تفکرات
۱۸۵	تعیین سبک رهبری	۲۳۲	خوشبینی
۱۸۶	نظریه X و Y	۲۳۳	تفکر افراد پس از رویدادهای منفی
۱۸۷	موقعیت های رهبر	۲۳۴	ریسک پذیری
۱۸۸	رهبر خوب بودن	۲۳۵	خودلرزیایی تفکر و حل مساله
۱۸۹	خود ارزیایی رهبری	۲۳۶	سنجش تفکرات کنونی
۱۹۰	ارزیایی رابطه رهبر - پیرو	۲۳۷	شخصیت شغلی
۱۹۱	آمادگی پذیرفتن نقش رهبری	فصل دوم: سبک زندگی	
۱۹۲	جانشین های رهبری	۲۳۸	فعالیت‌های کار و خانه
۱۹۳	هوش های چندگانه در رهبری تحول گرا	۲۳۹	نهاد کار - خانواده
۱۹۴	سبک رهبری	۲۴۰	نقد بین کار - خانواده
۱۹۵	توسعه رهبران	۲۴۱	استرس سبک زندگی
۱۹۶	ویژگی‌های شخصیتی رهبر	۲۴۲	توجه به سلامتی
۱۹۷	مدیریت تحول گرا	۲۴۳	شوخی طبیعی
۱۹۸	شبکه مدیریتی کلارک	۲۴۴	زندگی کاری
۱۹۹	رهبری دانشی	۲۴۵	ارزش ها و سبک زندگی
۲۰۰	رهبری چندعاملی	۲۴۶	سبک های زندگی
۲۰۱	خودرهبری	۲۴۷	تغییرات ژنتیکی مواد غذایی
۲۰۲	ویژگی های رهبر	۲۴۸	بررسی تغییر ژنتیکی مواد غذایی
۲۰۳	رهبری	۲۴۹	برچسب های مواد غذایی
۲۰۴	رهبری تحول گرا	۲۵۰	آگاهی از بیوتکنولوژی و دانش بیولوژی و ژنتیک
فصل سوم: رفتار شهروندی سازمانی		۲۵۱	توجه به محیط زیست
۲۰۵	رفتار شهروندی سازمانی	۲۵۲	امنیت شخصی غذا
۲۰۶	رفتار شهروندی سازمانی	فصل سوم: کیفیت زندگی کاری	
۲۰۷	رفتار شهروندی سازمانی	۲۵۳	کیفیت زندگی کاری
فصل چهارم: عدالت سازمانی		۲۵۴	کیفیت زندگی کاری
۲۰۸	عدالت سازمانی	۲۵۵	کیفیت زندگی کاری
۲۰۹	عدالت سازمانی	۲۵۶	کیفیت زندگی کاری
۲۱۰	حساسیت به عدالت	فصل چهارم: روانشناسی کار	
۲۱۱	تایل به عدالت و تساوی	۲۵۷	شناسایی کلیشه های حرفه ای
۲۱۲	انصاف و تنوع	۲۵۸	مسئله اجتماعی
۲۱۳	سنجش ابعاد عدالت سازمانی	۲۵۹	موانع اتمام
فصل پنجم: اعتماد سازمانی		۲۶۰	نگرش نسبت به پول
۲۱۴	اعتماد	۲۶۱	مصاحبه های گروهی
۲۱۵	اعتماد	۲۶۲	فعالیت های کاری
۲۱۶	اعتماد سازمانی	۲۶۳	قرارداد روان شناختی
فصل ششم: فرهنگ سازمانی		۲۶۴	پرسشنامه حرفه‌ای
۲۱۷	ارزیایی فرهنگ سازمانی	۲۶۵	انتظارات شغلی
۲۱۸	فرهنگ سازمان، تغییر و توسعه	۲۶۶	مشتري، کارآفرینی و یادگیری
۲۱۹	نگرش های فرهنگی	۲۶۷	مهارت‌های جستجوی شغلی
۲۲۰	فرهنگ نو آوری	فصل پنجم: مدیریت زمان	
۲۲۱	فرهنگ سازمانی و نوآوری	۲۶۸	قانون مدیریت زمان
۲۲۲	بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی	۲۶۹	مدیریت زمان
۲۲۳	فرهنگ ایمنی	۲۷۰	نگرش‌ها نسبت به زمان
۲۲۴	فردگرایی و جمع گرایی	فصل ششم: اعتیاد به کار	
۲۲۵	جو سازمانی	۲۷۱	اعتیاد به کار
پژوهشنامه مدیریت ۴: روانشناسی سازمانی		۲۷۲	اعتیاد به پرکاری
فصل اول: شخصیت		فصل هفتم: هوشمندی سازمانی	
۲۲۶	پنج بعد اصلی شخصیت	۲۷۳	هوش عاطفی
۲۲۷	سنجش ماکیاولیسم	۲۷۴	هوش عاطفی
		۲۷۵	هوش عاطفی

۲۷۶	هوش اجتماعی	۲۲۲	گزینش
۲۷۷	ضریب هوشی تنوع	۲۲۳	ارزیابی اثربخشی نیرویابی
۲۷۸	هوش فرهنگی	فصل پنجم: جنسیت و مدیریت منابع انسانی	
۲۷۹	هوش فرهنگی	۳۲۴	استراتژی های شکستش سبب شیشه ای
۲۸۰	هوش سازمانی	۳۲۵	موانع پیشرفت زنان به جایگاه مدیریت
۲۸۱	هوش معنوی	۳۲۶	نگرش به کار و فعالیت زنان
فصل هشتم: معنویت سازمانی		۳۲۷	ادراکات از جنسیت در محل کار
۲۸۲	سنجش میزان گرایش به معنویت	فصل ششم: آموزش و توسعه منابع انسانی	
۲۸۳	معنویت در کار	۳۲۸	آموزش روابط انسانی
۲۸۴	معنویت در کار	۳۲۹	مهارت های مربی گری هدف مدار
فصل نهم: اخلاق حرفه ای		۳۳۰	بازخورد ۳۶۰ درجه و نقش آن در توسعه
۲۸۵	آزمون IQ اخلاقی	۳۳۱	توسعه مدیریت
۲۸۶	گرایش های اخلاقی	۳۳۲	انطباق شیوه های آموزش با کارکنان مذهبی تر
۲۸۷	اخلاق کاری	۳۳۳	ادراکات در زمینه آموزش مدیریت
۲۸۸	ارزش های شخصی	۳۳۴	جلسات مطالعه موردی
۲۸۹	اخلاق	۳۳۵	فرهنگ مربی گری
۲۹۰	اخلاق اسلامی کار	۳۳۶	بهبود عملکرد از طریق ارزیابی و مربی گری
۲۹۱	انحرافات اخلاقی	۳۳۷	حمایت مدیریت از آموزش
۲۹۲	ایدئولوژی اخلاقی	۳۳۸	ارزیابی دوره آموزشی
۲۹۳	ارزش های کاری	۳۳۹	آموزش و توسعه در سازمان ها
۲۹۴	ارزیابی کدهای اخلاقی	۳۴۰	مربی گری
۲۹۵	اخلاق در سازمان	۳۴۱	فنون آموزش
۲۹۶	اخلاق	۳۴۲	نگرش ها نسبت به توسعه مدیریت
		۳۴۳	اثربخشی جرخش شغلی
پژوهشنامه مدیریت در مدیریت منابع انسانی		فصل هفتم: ارزیابی عملکرد منابع انسانی	
فصل اول: کلیات مدیریت منابع انسانی		۳۴۴	ارزیابی عملکرد کارکنان
۲۹۷	درک از مدیریت منابع انسانی	۳۴۵	اثربخشی ارزیابی عملکرد
۲۹۸	مدیریت منابع انسانی اثربخش	۳۴۶	مربایان ارزیابی عملکرد
۲۹۹	موانع مدیریت منابع انسانی اثربخش	۳۴۷	ارزیابی از پایین به بالا توسط کارکنان
۳۰۰	کارکردهای مدیریت منابع انسانی	۳۴۸	مقیاس ها و سیاست های ارزیابی عملکرد
۳۰۱	نقش های مدیریت منابع انسانی	۳۴۹	نگرش های افراد درباره خودارزیابی
۳۰۲	استراتژی منابع انسانی سازمان	۳۵۰	بودارزیابی
۳۰۳	مدیریت برون سپاری منابع انسانی	۳۵۱	سیستم ارزیابی عملکرد و پاداش
۳۰۴	تمیزی منابع انسانی	۳۵۲	ارزیابی عملکرد و بهبود
۳۰۵	مسئولیت های مدیران منابع انسانی	۳۵۳	ارزیابی عملکرد و پاداش
۳۰۶	مدیریت کارکنان	۳۵۴	موانع ارزیابی عملکرد و پاداش
۳۰۷	مدیریت منابع انسانی، نوآوری، تکنولوژی و عملکرد	۳۵۵	ارزیابی ۳۶۰ درجه ای جهت توسعه رهبری
۳۰۸	جلبه جایی و تحرک نیروی کار	۳۵۶	ماهیت بازخورد ۳۶۰ درجه
فصل دوم: تجزیه و تحلیل و طراحی شغل		۳۵۷	بازخورد ۳۶۰ درجه
۳۰۹	بیار رشد و ویژگی های شغلی	فصل هشتم: مدیریت پاداش	
۳۱۰	مدل ویژگی های شغل	۳۵۸	نظام جبران خدمات در سازمان
۳۱۱	شرح وظیفه	۳۵۹	نگرش های کارکنان درباره مزایای سازمانی
۳۱۲	طراحی شغل	۳۶۰	رضایت نسبت به پرداخت های سازمانی
۳۱۳	طراحی شغل برای یادگیری	۳۶۱	ارزیابی عملکرد و سیستم حقوق و دستمزد
۳۱۴	اثربخشی تحلیل شغل	۳۶۲	ارزیابی اثربخشی استراتژی پاداش
فصل سوم: برنامه ریزی منابع انسانی		فصل نهم: مدیریت مسیر ترقی	
۳۱۵	ارزیابی برنامه ریزی منابع انسانی	۳۶۳	عوامل موثر بر مدیریت مسیر شغلی
۳۱۶	دلایل وجود برنامه مدیریت جانشینی	۳۶۴	استراتژی های مسیر شغلی بالقوه
۳۱۷	برنامه ریزی و مدیریت مؤثر جانشینی	۳۶۵	کفایت نقش و مسیر شغلی
فصل چهارم: استخدام منابع انسانی		۳۶۶	ارزیابی برنامه ریزی توسعه شغلی
۳۱۸	ارزیابی متقاضی شغل	۳۶۷	مسیر شغلی
۳۱۹	ابعاد شغل از دیدگاه کارکنان	۳۶۸	تمهد حرفه ای در مسیر ترقی
۳۲۰	ورود کارکنان جدید به سازمان	۳۶۹	دلایل ارتقاء شغلی در سازمان ها
۳۲۱	نگرش کارفرما به استخدام کارآموزان		

نگرش بیماران نسبت به کیفیت خدمات	۴۱۲
مدیریت بیماران	۴۱۳
رضایت بیماران از بیمارستان	۴۱۴
دیدگاه های بیماران درباره کیفیت مراقبت	۴۱۵
رضایت بیمار	۴۱۶
ایجاد پنج گانه کیفیت خدمات درمانی	۴۱۷
جو سازمانی در بیمارستان	۴۱۸
فصل هشتم: مدیریت توریسم و هتلداری	
استخدام مدیران در صنعت توریسم	۴۱۹
نگرش های دانشجویان توریسم	۴۲۰
قلبیت های سازمان در صنعت هتل و توریسم	۴۲۱
جو ارائه خدمات در هتل	۴۲۲
خدمات ارائه شده توسط میهمان سراها	۴۲۳
ایجاد استراتژیک عملکرد هتل	۴۲۴
اخلاق کاری کارکنان هتل	۴۲۵
کیفیت هتل	۴۲۶
اقدامات زیست محیطی هتل	۴۲۷
خدمات ارائه شده توسط رستوران ها	۴۲۸
جو سازمانی هتل	۴۲۹
رضایت پزشکان هتل	۴۳۰
رضایت مهمانان از هتل	۴۳۱
نیازهای آموزشی ارائه دهندگان خدمات در هتل	۴۳۲

پژوهشنامه مدیریت ۷: مدیریت بازرگانی

فصل اول: کلیات بازاریابی	
حوزه های بازاریابی و توسعه به لحاظ مدیریت دانش	۴۳۳
بازارهای ارگانیک	۴۳۴
گرایش بازار	۴۳۵
بازاریابی	۴۳۶
گرایش به بازار	۴۳۷
گرایش بازار	۴۳۸
فعالیت های بازاریابی	۴۳۹
عدم اطمینان بازاریابی	۴۴۰
رضایت از قیمت	۴۴۱
رویکردهای رابطه ای در بازاریابی	۴۴۲
سبک های مدیریت مدیران بازاریابی	۴۴۳
قلبیت ها و مهارت های لازم برای بازاریابی	۴۴۴
فصل دوم: اثربخشی مدیریت بازاریابی	
اثربخشی فعالیت های بازاریابی	۴۴۵
اثربخشی فعالیت های بازاریابی	۴۴۶
ایجاد دانش بازار در توسعه کالاهای جدید	۴۴۷
تحلیل نقاط قوت در بازاریابی	۴۴۸
اثربخشی سیستم های بازاریابی	۴۴۹
فصل سوم: مدیریت استراتژیک بازاریابی	
نوع شناسی های اقدامات استراتژیک بازاریابی	۴۵۰
توسعه استراتژی بازاریابی	۴۵۱
دشواری های مدیران در توسعه استراتژی بازاریابی	۴۵۲
اطلاعات موجود در استراتژی بازار	۴۵۳
اتحاد استراتژیک بازاریابی	۴۵۴
محیط رقابتی و گرایش بازاریابی	۴۵۵
فرآیندهای سازمانی، فناوری اطلاعات و استراتژی های بازاریابی	۴۵۶
تاثیر اینترنت بر بازاریابی	۴۵۷
فصل چهارم: مدیریت روابط با مشتری	
مشتری گرای	۴۵۸

فصل دهم: مدیریت روابط کار	
ادراکات در مورد روابط صنعتی	۳۷۰
انتظارات کارکنان از اتحادیه ها	۳۷۱
نیاز به حضور اتحادیه ها	۳۷۲
فصل یازدهم: ترک خدمت و بازنشستگی	
سنجش دلایل انفصال از خدمت	۳۷۳
علل ترک سازمان	۳۷۴
نگرش ها نسبت به بازنشستگی	۳۷۵
عوامل موثر بر کاهش ترک خدمت	۳۷۶

پژوهشنامه مدیریت ۶: مدیریت امور عمومی و دولتی

فصل اول: مسئولیت اجتماعی	
مسئولیت اجتماعی	۳۷۷
نگرش ها به مسئولیت اجتماعی	۳۷۸
کمک های انسان دوستانه مازمان	۳۷۹
مسئولیت اجتماعی شرکت	۳۸۰
پاسخگویی محلی - جهانی	۳۸۱
فصل دوم: مدیریت کیفیت خدمات	
کیفیت خدمات	۳۸۲
شرکتهای متعالی	۳۸۳
کیفیت خدمات	۳۸۴
ارائه خدمات با خطای صفر	۳۸۵
توسعه موفقیت آمیز خدمات جدید	۳۸۶
فصل سوم: مدیریت دولتی	
رفتار کارآفرینانه در بخش دولتی	۳۸۷
خصوصی سازی	۳۸۸
دلایل برون سپاری	۳۸۹
سنجش حکمرانی خوب	۳۹۰
فصل چهارم: دولت الکترونیک	
اجرای موفق دولت الکترونیک	۳۹۱
کیفیت خدمات دولت الکترونیک	۳۹۲
فصل پنجم: حکومت های محلی	
نقش مدیران عالی سازمان های محلی در توسعه	۳۹۳
نگرش ها در زمینه حکومت محلی	۳۹۴
ارزش های مدیریتی در حکومت محلی	۳۹۵
مقیاس های عملکرد برای مدیریت شهرداری ها	۳۹۶
اثربخشی شبکه سازی در NGOs	۳۹۷
فصل ششم: مدیریت خدمات پلیس	
اعتماد عمومی به پلیس	۳۹۸
تهدد پلیس	۳۹۹
رویه های پلیس	۴۰۰
ویژگی های شخصی پلیس	۴۰۱
رویه های پلیس	۴۰۲
فصل هفتم: مدیریت بیمارستانی	
انگیزه تغییر رفتار در بیماران	۴۰۳
کنترل کیفیت اتاق اورژانس	۴۰۴
شایستگی فرهنگی در بیمارستان	۴۰۵
کیفیت خدمات درمانی	۴۰۶
استرس در محیط بیمارستان	۴۰۷
خدمات بیمارستان	۴۰۸
کیفیت خدمات بیمارستان	۴۰۹
کیفیت خدمات در بیمارستان	۴۱۰
سوابق بهداشت شخصی	۴۱۱

پژوهشنامه مدیریت ۹: مدیریت صنعتی

فصل اول: مدیریت تولید و عملیات

۵۵۴	یکپارچگی سازمانی تولید
۵۵۵	اجرای تکنولوژی پیشرفته تولید
۵۵۶	استمرار کسب و کار در دوره بازسازی ساختمان
۵۵۷	ریسک بالقوه در فعالیت‌های بازمهندسی فرایند
۵۵۸	عملکرد مدیریت تولید و عملیات
۵۵۹	عملکرد سیستم به هنگام (JIT)
۵۶۰	ایجاد سیستم های به هنگام
۵۶۱	شایستگی های مدیران واحد تولید
۵۶۲	حذف تولید یک کالا
۵۶۳	ارزیابی کیفیت خودروهای ساخته شده
۵۶۴	ارزیابی عملکرد میزبان
۵۶۵	ایجاد پیچیدگی
۵۶۶	ایجاد استراتژیک تولید
۵۶۷	تولید ناب
۵۶۸	عوامل حیاتی موفقیت و بازمهندسی فرایند کسب و کار
۵۶۹	ارزیابی مراحل تولید
۵۷۰	عوامل مؤثر بر موفقیت بازمهندسی فرایندها
۵۷۱	مزایای بازمهندسی فرایندهای کسب و کار
۵۷۲	عوامل اثرگذار بر MRP
۵۷۳	انواع انعطاف پذیری عملیاتی
۵۷۴	توسعه کالاهای جدید

فصل دوم: مدیریت زنجیره تامین

۵۷۵	نظر مدیران لجستیک درباره استخدام افراد
۵۷۶	مهارت‌های مدیران ارشد لجستیک
۵۷۷	مدیریت ارزش
۵۷۸	اقدامات سازمان در زمینه لجستیک
۵۷۹	انعطاف پذیری برنامه‌های لجستیک
۵۸۰	انعطاف پذیری برنامه‌های لجستیک
۵۸۱	اعتماد در مدیریت زنجیره تامین
۵۸۲	ویژگی‌های زنجیره تامین برای خط تولید
۵۸۳	روابط با عرضه کننده در زنجیره تامین
۵۸۴	اعتماد به تامین کنندگان
۵۸۵	عملکرد توزیع کنندگان
۵۸۶	تعاملات بین خریداران و عرضه کنندگان
۵۸۷	انتخاب شریک در زنجیره تامین
۵۸۸	قابلیت ها برای زنجیره تامین و لجستیک
۵۸۹	معیارهای انتخاب عرضه کننده
۵۹۰	مسائل موجود در حمل و نقل جاده ای
۵۹۱	اثربخشی اقدامات در حمل و نقل جاده‌ای
۵۹۲	مدیریت زنجیره تامین
۵۹۳	روابط در زنجیره تامین
۵۹۴	تهیه و تدارک پایدار
۵۹۵	زنجیره ارزش
۵۹۶	سنجش اعتماد به مشتریان و تامین کنندگان در زنجیره تامین

فصل سوم: مدیریت کیفیت

۵۹۷	کیفیت خدمات عرضه کننده
۵۹۸	اقدامات انجام شده در زمینه کیفیت در سازمان
۵۹۹	مدیریت کیفیت جامع
۶۰۰	عوامل موفقیت مدیریت کیفیت جامع
۶۰۱	چگونگی محیط مدیریت کیفیت جامع
۶۰۲	عوامل حیاتی مدیریت کیفیت جامع
۶۰۳	ارزش دانش مشتریان و کارمندان در کیفیت کالا
۶۰۴	اقدامات انجام شده در زمینه کیفیت

۶۰۵ عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت

۶۰۶ موفقیت مدیر کیفیت در سازمان

۶۰۷ نگرش مدیران درباره تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر شغلشان

۶۰۸ موانع اجرای مدیریت کیفیت جامع

۶۰۹ مدیریت استراتژیک کیفیت

۶۱۰ مدیریت و کنترل کیفیت

۶۱۱ ایجاد مدیریت کیفیت جامع

۶۱۲ تأثیرات مدیریت کیفیت جامع

۶۱۳ توسعه منابع انسانی در مدیریت کیفیت

۶۱۴ گواهی نامه سیستم‌های مدیریت کیفیت

۶۱۵ دلایل کسب گواهینامه سیستم های مدیریت کیفیت

۶۱۶ عوامل مؤثر در موفقیت بکارگیری مدیریت کیفیت جامع

۶۱۷ اهمیت کیفیت در سازمان

۶۱۸ اجرای اقدامات در زمینه کیفیت

۶۱۹ اصول ISO 9000

۶۲۰ فناوری اطلاعات در پشتیبانی از اقدامات مدیریت کیفیت جامع

۶۲۱ حلقه های کیفیت

۶۲۲ کنترل فرایند آماری برای انتخاب پروژه‌های آزمایشی

۶۲۳ بررسی نقش مدیران میانی در بهبود کیفیت

۶۲۴ محیط مدیریت کیفیت جامع

۶۲۵ مدیریت استراتژیک کیفیت

فصل چهارم: مدیریت پروژه

۶۲۶ عملکرد شرکت‌های مشاوره‌ای مدیریت پروژه

۶۲۷ توانمندی های شرکت‌های مشاوره‌ای مدیریت پروژه

۶۲۸ سنجش عملکرد شرکت‌های مشاوره‌ای مدیریت پروژه

۶۲۹ موفقیت مدیریت پروژه

۶۳۰ جو توانمندسازی در محیط پروژه

۶۳۱ قابلیت ها و تعهدات ارباب رجوع نسبت به مشارکت در پروژه‌ها

۶۳۲ نگرش ها درباره پروژه

۶۳۳ ابزارهای مدیریت پروژه

۶۳۴ مدیریت پروژه

پژوهشنامه مدیریت ۱۰: مدیریت دانش و فناوری اطلاعات

فصل اول: مدیریت دانش

۶۳۵	تأثیرات بین فعالیت‌های مدیریت دانش
۶۳۶	تسهیم دانش
۶۳۷	اثربخشی اقدامات مدیریت دانش
۶۳۸	دستیابی به دانش و تسهیم آن
۶۳۹	تشخیص مدیریت دانش
۶۴۰	مدیریت دانش و فناوری
۶۴۱	تأثیر عوامل فنی - اجتماعی بر تسهیم دانش
۶۴۲	اثربخشی مدیریت دانش
۶۴۳	موانع دستیابی به دانش جهانی
۶۴۴	فعالیت های مدیریت دانش
۶۴۵	عوامل مؤثر بر بکارگیری مدیریت دانش
۶۴۶	فعالیت های مدیریت دانش
۶۴۷	بررسی فرهنگ مدیریت دانش
۶۴۸	انتقال دانش ضمنی
۶۴۹	فرآیندهای مدیریت دانش

فصل دوم: سرمایه های فکری و اجتماعی

۶۵۰ سنجش سرمایه فکری سازمان ها

۶۵۱ سرمایه اجتماعی

فصل سوم: فضای مجازی و تبادل الکترونیکی داده ها

۶۵۲ چک لیست خریدهای نرم افزاری (ترم افزارهای کامپیوتری)

۶۵۳	تضمیم گیری در رابطه با خرید نرم افزارهای کیبی شده (غیر اصل)
۶۵۴	منابع فرایند اجرای موفقیت آمیز برنامه ریزی منابع سازمان
۶۵۵	برنامه ریزی منابع سازمان
۶۵۶	سیستم برنامه ریزی منابع سازمان
۶۵۷	دنیای مجازی
۶۵۸	ارتباطات از راه دور
۶۵۹	استفاده از ونگ و تسهیم اطلاعات در آن
۶۶۰	اجرای تبادل الکترونیکی داده ها
۶۶۱	نگرش ها در زمینه اینترنت و وبسایت
۶۶۲	اثربخشی طراحی و عملکرد وبسایت
۶۶۳	پست الکترونیک
۶۶۴	سیستم های بین سازمانی اینترنت پایه
۶۶۵	کاوشی درباره استفاده از اینترنت
۶۶۶	موفقیت برنامه ریزی سیستم های نس سازمانی اینترنت پایه
۶۶۷	سنجشی استفاده از اینترنت
۶۶۸	لذت و خوشی درک شده در استفاده از اینترنت
۶۶۹	ادراک مدیران بازاریابی از اینترنت
۶۷۰	کیفیت وب سایت
۶۷۱	استفاده از اینترنت و پست الکترونیک
۶۷۲	استفاده از اینترنت
۶۷۳	اثربخشی استفاده از اینترنت
۶۷۴	آگاهی از اینترنت

فصل چهارم: کاربردهای فناوری اطلاعات در مدیریت

۶۷۵	آمادگی شرکت برای مدیریت منابع سازمان
۶۷۶	چالش های اجرا، و موفقیت تهیه و تدارک الکترونیکی
۶۷۷	مزایای حاصل از سیستم های برنامه ریزی منابع سازمان
۶۷۸	استفاده از فناوری اطلاعات در فعالیت های بازاریابی
۶۷۹	تغییرات ناشی از به کارگیری فناوری اطلاعات در بازاریابی
۶۸۰	تاثیر فرآیندهای سازمانی و فناوری اطلاعات بر استراتژی های بازاریابی
۶۸۱	مدیریت ارتباط با مشتری به صورت الکترونیک (e-CRM)
۶۸۲	سیستم الکترونیکی منابع انسانی
۶۸۳	منابع به کارگیری فناوری اطلاعات در زنجیره تأمین
۶۸۴	تاثیر فناوری اطلاعات بر عملکرد بازاریابی
۶۸۵	تاثیر کامپیوتری شدن بر عملکرد بازاریابی
۶۸۶	استفاده از فناوری اطلاعات در پیشمسانی از مدیریت کیفیت جامع

فصل پنجم: اثربخشی فناوری

۶۸۷	ریسک های انتقال تکنولوژی
۶۸۸	انگیزاننده ها و منابع به کارگیری تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات
۶۸۹	آزمون فناوری
۶۹۰	اثربخشی استفاده از تکنولوژی
۶۹۱	عوامل موثر بر میزان اعتماد به تکنولوژی
۶۹۲	زیرساخت فناوری اطلاعات
۶۹۳	استفاده اخلاقی از فناوری اطلاعات (الگوی استفاده از نرم افزار)
۶۹۴	امنیت اطلاعات
۶۹۵	مزایای به کارگیری تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات
۶۹۶	منابع به کارگیری تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات
۶۹۷	تفسیر تکنولوژیکی
۶۹۸	رفتار جستجوی اطلاعات
۶۹۹	مسائل مرتبط با جستجوی اطلاعات
۷۰۰	تکنولوژی کامپیوتر پایه
۷۰۱	فناوری اطلاعات
۷۰۲	مزایای انتقال تکنولوژی
۷۰۳	گزارش های اطلاعات

فصل ششم: سیستم های اطلاعاتی مدیریت

۷۰۴	سیستم های اطلاعاتی مبتنی بر وب
۷۰۵	سیستم های اطلاعاتی
۷۰۶	برنامه ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات - سیستم های اطلاعات
۷۰۷	سیسم های اطلاعات لجستیک
۷۰۸	سیستم های اطلاعات منابع انسانی
۷۰۹	مزایای سیستم خبره در حمایت از تولید
۷۱۰	به روز کردن اطلاعات کارکنان
۷۱۱	اثربخشی سیستم های به روز رسانی اطلاعات کارکنان
۷۱۲	کنترل امنیت سیستم های اطلاعاتی
۷۱۳	برون سپاری سیستم های اطلاعاتی
۷۱۴	برون سپاری سیستم های اطلاعاتی
۷۱۵	اثربخشی سیستم های اطلاعاتی

فصل هفتم: تجارت الکترونیک

۷۱۶	اجرای موفق تجارت الکترونیک
۷۱۷	رفهات کاربر از تجارت الکترونیک برای خرید اینترنتی
۷۱۸	بازارهای الکترونیک: استفاده از سیستم تجارت سازمان با سازمان (B2B)
۷۱۹	سیستم های خرده فروشی آنلاین
۷۲۰	به کارگیری تجارت الکترونیک در کسب و کارهای کوچک و متوسط
۷۲۱	خرید از اینترنت

پژوهشنامه مدیریت ۱۱: مدیریت استراتژیک و کارآفرینی

فصل اول: تفکر استراتژیک و تعیین چشم انداز

۷۲۲	چشم انداز و ارزش های سازمانی
۷۲۳	ارزش های کاری در سازمان
۷۲۴	تعیین نیاز به بهبود در حوزه های استراتژیک
۷۲۵	عوامل استراتژیک در کسب و کار
۷۲۶	تیم استراتژیک
۷۲۷	مهارت های تفکر استراتژیک در رهبری
۷۲۸	استراتژی های کسب مزیت رقابتی سازمان

فصل دوم: تجزیه و تحلیل محیطی

۷۲۹	عدم قطعیت محیطی درک شده
۷۳۰	سمبزی محیطی
۷۳۱	نقاط قوت سازمانی
۷۳۲	نقاط ضعف سازمانی
۷۳۳	فرصت های سازمان
۷۳۴	تهدیدات سازمان
۷۳۵	پویایی رقابت
۷۳۶	ویژگی های محیط رقابتی
۷۳۷	شناسایی فرصت های بیرونی سازمانی

فصل سوم: برنامه ریزی استراتژیک

۷۳۸	رضایت مشتریان از کالاها و خدمات سازمان
۷۳۹	رسمیت برنامه ریزی استراتژیک
۷۴۰	نگرش ها در زمینه فرایند برنامه ریزی استراتژیک
۷۴۱	اثربخشی فرایند ایجاد استراتژی
۷۴۲	پیامدهای برنامه ریزی استراتژیک
۷۴۳	اثربخشی فرایند توسعه استراتژی
۷۴۴	ارزیابی سیستم برنامه ریزی استراتژیک شرکت
۷۴۵	استراتژی های پورتر
۷۴۶	توافق درباره بیانیه کسب و کار

فصل چهارم: مدیریت خلاقیت و نوآوری

۷۴۷	ایستار و نوآوری شغلی
-----	----------------------

۷۹۷	مدیریت کیفیت جامع تدارکات آموزشی	۷۴۸	جو نوآوری
۷۹۸	الگوهای انطباقی تدریس	۷۴۹	خلافت و نوآوری در سازمان
۷۹۹	اثربخشی معلم	۷۵۰	جو نوآوری در سازمان
فصل دوم: مدیریت آموزشگاهی		۷۵۱	مدیریت نوآوری
۸۰۰	بررسی اهمیت امور قابل تحسین دانش آموزان	۷۵۲	نوآورانه بودن سازمان
۸۰۱	دانش آموزان به عنوان عامل تغییر محیطی	۷۵۳	تفکر افراد درباره نوآوری
۸۰۲	برنامه ریزی استراتژیک کیفیت در مدرسه	۷۵۴	نوآوری و کسب و کار اصلی سازمان
۸۰۳	اقدامات مدیریت مدرسه در زمینه کیفیت	۷۵۵	بررسی میزان خلافت در سازمان کارآفرین
۸۰۴	جو مدرسه	فصل پنجم: کارآفرینی مستقل	
۸۰۵	استانداردهای سازمانی در مدارس	۷۵۶	ارزیابی برنامه کارآفرینی
۸۰۶	مهارت‌های سرپرستی مدیران در مدرسه	۷۵۷	آمادگی کارآفرینی
۸۰۷	فرهنگ یادگیری در مدرسه	۷۵۸	بررسی کارآفرینی
۸۰۸	نگرش ها درباره مدیریت مدرسه	۷۵۹	فرهنگ و عوامل اقتصادی و اجتماعی موثر بر کارآفرینی زنان
۸۰۹	ارزیابی مدیریت مدرسه پیش‌دبستانی	۷۶۰	عوامل خودکامیابی موثر بر کارآفرینی
۸۱۰	اهمیت ویژگی‌های مرتبط با کیفیت در مدرسه	۷۶۱	تعیین ضریب کارآفرینی مربوط به تأسیس شرکت
۸۱۱	استانداردهای مدیران مدرسه	۷۶۲	تست صلاحیت راه اندازی کسب و کار مستقل
فصل سوم: رفتارشناسی در محیط‌های آموزشی		۷۶۳	آمادگی رهبری کسب و کار مستقل
۸۱۲	سبک رهبری معلم	فصل ششم: رفتارها و مهارت‌های کارآفرینانه	
۸۱۳	گزارش اولیه (یا معلمین) از احساس همدلی/همدردی بچه ها	۷۶۴	ظرفیت کارآفرینانه افراد
۸۱۴	عوامل ایجاد استرس حرفه ای در معلمین	۷۶۵	مهارت‌های کارآفرینی
۸۱۵	کانون کنترل معلم	۷۶۶	عوامل موثر بر رفتار کارآفرینی
فصل چهارم: استانداردهای حرفه ای معلمان		۷۶۷	انگیزه کارآفرینی
۸۱۶	استانداردهای شایستگی معلمان برای ارزیابی دانش‌آموزان	۷۶۸	آگاهی درباره کارآفرینی
۸۱۷	استانداردهای شایستگی معلمان برای ارزیابی آموزشی دانش‌آموزان	۷۶۹	مهارت‌های کارآفرینی
۸۱۸	استانداردهای عملکردی برای متقاضیان معلمی	۷۷۰	شخصیت کارآفرین
۸۱۹	توسعه استانداردهای حرفه‌ای معلمان جدید	۷۷۱	نوآوری، پیش‌نگری و ریسک‌پذیری
۸۲۰	کدهای اخلاقی برای معلمان	۷۷۲	تست تمایل به مخطوطه و ریسک
۸۲۱	استانداردهای حرفه معلمی	۷۷۳	سنجش نیاز به استقلال
۸۲۲	استانداردهای معلمان تازه‌کار	۷۷۴	نیمرخ کارآفرینی
فصل پنجم: مدیریت کتابداری و اطلاع‌رسانی		فصل هفتم: کارآفرینی سازمانی	
۸۲۳	دسترسی به خدمات مجلات الکترونیکی در کتابخانه‌ها	۷۷۵	رفتار کارآفرینانه در سازمان
۸۲۴	کتاب‌های الکترونیکی در کتابخانه‌ها	۷۷۶	سنجش میزان بی‌تفاوتی در کارکنان سازمان
۸۲۵	نگرش‌های کاربران درباره جرمیه‌ها در کتابخانه	۷۷۷	نگرش کارکنان به جنبه‌های مختلف سازمان
۸۲۶	موفقیت سیستم‌های خودکار کتابخانه	۷۷۸	محیط داخلی سازمان برای کارآفرینی
۸۲۷	اختلالات مدیر کتابخانه	۷۷۹	سنجش مفاهیم کارآفرینانه استیونسون
۸۲۸	مهارت‌های کتابدارها	۷۸۰	تشخیص ساختار کارآفرینانه
۸۲۹	وظایف کتابدارها در زمینه سیستم خودکار کتابخانه	۷۸۱	اثربخشی سیستم تحقیق و توسعه در سازمان کارآفرین
فصل ششم: مدیریت آموزش عالی		۷۸۲	فرهنگ سازمانی کارآفرینانه
۸۳۰	نگرش‌ها درباره دانشگاه مجازی	۷۸۳	سنجش میزان کنترل اثربخش در سازمان کارآفرینانه
۸۳۱	نگرش‌ها در زمینه تصویر دانشگاه	۷۸۴	سیستم پاداش در سازمان کارآفرینانه
۸۳۲	اهداف آموزشی دانشجویان	۷۸۵	تشخیص ارتباطات کارآفرینانه
۸۳۳	نگرش فارغ‌التحصیلان از آموزش دانشگاه	۷۸۶	سنجش کارآفرینی درون سازمانی
۸۳۴	مدیریت کیفیت جامع در موسسات آموزش عالی	پژوهشنامه مدیریت ۱۲: مدیریت آموزشی	
۸۳۵	انتظارات کارفرماها از برنامه‌های آموزش عالی	فصل اول: اثربخشی آموزش و یادگیری	
۸۳۶	انتظارات کارکنان از برنامه‌های آموزش عالی	۷۸۷	اثربخشی معلم
۸۳۷	انتظارات دانشجویان از برنامه‌های آموزش عالی	۷۸۸	ارزیابی اثربخشی برنامه‌های آموزش
۸۳۸	خودارزیابی آمادگی برای ایجاد یک دانشگاه شرکتی	۷۸۹	کیفیت جو یادگیری
۸۳۹	کیفیت در آموزش عالی	۷۹۰	موانع و تسهیل‌کننده‌های انتقال یادگیری
۸۴۰	نگرش‌های دانشجویان نسبت به تسهیم دانش	۷۹۱	اثربخشی آموزش
۸۴۱	نگرش دانشجویان به کسب و کار	۷۹۲	یادگیری مبتنی بر وب
		۷۹۳	طراحی آموزشی (محتوای واحد درسی)
		۷۹۴	حفظ مشتریان خدمات آموزشی
		۷۹۵	وفاداری به خدمات آموزشی
		۷۹۶	اثربخشی آموزش دهنده

کلیات بازاریابی

۲۱	مروری بر مباحث نظری
۴۲۳	حوزه های بازاریابی و توسعه به لحاظ مدیریت دانش
۴۲۴	بازارهای ارگانیک
۴۲۵	گرایش بازار
۴۲۶	بازاریابی
۴۲۷	گرایش به بازار
۴۲۸	گرایش بازار
۴۲۹	فعالیت های بازاریابی
۴۴۰	عدم اطمینان بازاریابی
۴۴۱	رضایت از قیمت
۴۴۲	رویکردهای رابطه ای در بازاریابی
۴۴۳	سبک های مدیریت مدیران بازاریابی
۴۴۴	قابلیت ها و مهارت های لازم برای بازاریابی

اثربخشی مدیریت بازاریابی

۵۵	مروری بر مباحث نظری
۴۴۵	اثربخشی فعالیت های بازاریابی
۴۴۶	اثربخشی فعالیت های بازاریابی
۴۴۷	ابعاد دانش بازار در توسعه کالاهای جدید
۴۴۸	تحلیل نقاط قوت در بازاریابی
۴۴۹	اثربخشی سیستم های بازاریابی

مدیریت استراتژیک بازاریابی

۷۳	مروری بر مباحث نظری
----	---------------------

۴۵۰	نوع شناسی های اقدامات استراتژیک بازاریابی	۷۸
۴۵۱	توسعه استراتژی بازاریابی	۸۴
۴۵۲	دشواری های مدیران در توسعه استراتژی بازاریابی	۸۵
۴۵۳	اطلاعات موجود در استراتژی بازار	۸۶
۴۵۴	اتحاد استراتژیک بازاریابی	۸۸
۴۵۵	محیط رقابتی و گرایشات بازاریابی	۹۰
۴۵۶	فرآیندهای سازمانی، فناوری اطلاعات و استراتژی های بازاریابی	۹۲
۴۵۷	تاثیر اینترنت بر بازاریابی	۹۴

فصل چهارم ۹۷

مدیریت روابط با مشتری

۹۷	مروری بر مباحث نظری	۹۷
۴۵۸	مشتری گرایی	۱۰۲
۴۵۹	نیازهای مشتریان	۱۰۴
۴۶۰	مشتری مداری	۱۰۶
۴۶۱	حفظ و مراقبت از مشتری	۱۰۷
۴۶۲	عملکرد تیم در ارائه خدمات به مشتری	۱۰۹
۴۶۳	گرایش سازمان به مشتری محوری	۱۱۲
۴۶۴	وفاداری مشتری به خدمات سازمان	۱۱۴
۴۶۵	نقش مشتری در فرایند ارائه خدمات	۱۱۶
۴۶۶	توانمندسازی کارکنان مرتبط با مشتری	۱۱۸
۴۶۷	رابطه بین مشتری و مشاور	۱۲۱
۴۶۸	رضایت مشتری و پیامدهای آن	۱۲۳
۴۶۹	ارزش درک شده توسط مشتری	۱۲۵
۴۷۰	خدمات مشتری	۱۲۷
۴۷۱	ناخشنودی مشتری	۱۲۹
۴۷۲	ارزیابی رستوران ها از طریق مشتری	۱۳۱
۴۷۳	رفتار اخلاقی شرکت و قصد خرید مشتریان	۱۳۴
۴۷۴	نگرش مشتریان نسبت به عملکرد سازمان	۱۳۷
۴۷۵	وفاداری مشتری	۱۴۰
۴۷۶	تعاملات ویژه با مشتریان	۱۴۳

۴۷۷	شکایات مشتری	۱۴۵
-----	--------------	-----

۱۴۷	فصل پنجم
-----	----------

مدیریت فروش

۱۴۷	مروری بر مباحث نظری
۴۷۸	مدیریت فروش
۴۷۹	رضایت شغلی فروشندگان
۴۸۰	عوامل اثر گذار بر فروش
۴۸۱	مذاکرات فروش با خریداران خارجی
۴۸۲	رابطه بین فروشندگان و مشتری
۴۸۳	توانایی‌های ارتباطی فروشندگان
۴۸۴	فروشندگان حرفه‌ای
۴۸۵	کیفیت خدمات خرده‌فروشی

۱۷۵	فصل ششم
-----	---------

تبلیغات

۱۷۵	مروری بر مباحث نظری
۴۸۶	نگرش‌ها در زمینه تبلیغات
۴۸۷	رویکردها نسبت به تبلیغات
۴۸۸	تبلیغات متحرک در شرکت‌های چند ملیتی
۴۸۹	نگرش افراد نسبت به تبلیغات
۴۹۰	دلایل توجه به تبلیغات

۱۹۱	فصل هفتم
-----	----------

مدیریت برند

۱۹۱	مروری بر مباحث نظری
۴۹۱	برند سازمان
۴۹۲	تصویر برند شرکت‌های خصوصی
۴۹۳	تاثیر تبلیغات بر موفقیت برند
۴۹۴	وفاداری مصرف‌کننده به برند

فصل هشتم

۲۰۵

مدیریت خرید

۲۰۵		مروری بر مباحث نظری
۲۰۸		۴۹۵. نگرش ها نسبت به خرید
۲۱۰		۴۹۶. اقدامات خرید به هنگام
۲۱۲		۴۹۷. ارزش درک شده خرید
۲۱۴		۴۹۸. نگرش ها نسبت به خرید از فروشگاه
۲۱۶		۴۹۹. خرید کالاهای وارداتی که مد هستند
۲۱۸		۵۰۰. تعاملات بین خریداران و عرضه کنندگان
۲۲۰		۵۰۱. خرید از اینترنت
۲۲۲		۵۰۲. کیفیت خدمات مربوط به سفارشات و دریافت کالا

فصل نهم

۲۲۵

مدیریت صادرات و واردات

۲۲۵		مروری بر مباحث نظری
۲۲۷		۵۰۳. مسائل مربوط به صادرات
۲۲۸		۵۰۴. قرابت فرهنگی و بازارهای خارجی
۲۳۰		۵۰۵. استفاده از دانش و اطلاعات در صادرات
۲۳۲		۵۰۶. روابط واردکنندگان با صادرکنندگان
۲۳۵		۵۰۷. خدمات ارائه شده به صادرکنندگان
۲۳۷		۵۰۸. موانع صادرات
۲۳۹		۵۰۹. عوامل اثر گذار بر واردات کالا
۲۴۰		۵۱۰. موانع ورود به بازارهای صنعتی
۲۴۲		۵۱۱. ارزیابی بازارهای بین المللی

منابع و مآخذ

۲۴۷