

مقدمه ای بر مدیریت و حقوق صاحبان سهام

روح‌الله اسلامی نژاد

افسانه نودهی

مریم رشیدی

www.ketab.ir



سرشناسه: اسلامی نژاد، روح الله، ۱۳۶۵-
 عنوان و نام پدیدآور: مقدمه‌ای بر مدیریت و حقوق صاحبان سهام/روح الله اسلامی نژاد، افسانه نودهی، مریم رشیدی.
 مشخصات نشر: بجنورد: بیژن یورد، ۱۳۹۹.
 مشخصات ظاهری: ی ۱۲۶ ص.: مصور، جدول، نمودار.
 شابک: 978-622-714500-7
 وضعیت فهرست نویسی: فیبا
 یادداشت: کتابنامه: کتابنامه ص: ۱۲۴-۱۲۶.
 موضوع: سرمایه‌گذاری -- تجزیه و تحلیل
 موضوع: Investment analysis
 موضوع: سهام
 موضوع: Stocks
 موضوع: سهام -- قیمت‌ها
 موضوع: Stocks - Price
 موضوع: مدیریت سبد سرمایه‌گذاری
 موضوع: Portfolio management
 موضوع: مدیریت
 موضوع: management
 شناسه افزوده: افسانه، نودهی، ۱۳۶۵-
 شناسه افزوده: رشیدی، مریم، ۱۳۶۵-
 رده بندی کنگره: HG ۴۵۲۹
 رده بندی دیویی: ۳۳۲/۶
 شماره کتابشناسی ملی: ۶۲۱۱۴۳۶



بجنورد: خیابان طالقانی غربی، طالقانی ۴۵ پلاک ۱ طبقه ۲+

تلفن: ۰۹۱۵۱۸۸۲۴۹۹ - ۰۹۱۵۳۸۴۷۵۳۷

عنوان: مقدمه‌ای بر مدیریت و حقوق صاحبان سهام

مولفان: روح الله اسلامی نژاد/ افسانه نودهی/ مریم رشیدی

ناشر: بیژن یورد

سال و نوبت چاپ: اول ۱۳۹۹ چاپ: مهتاب

تیراژ: ۱۰۰۰ قیمت: ۳۵/۰۰۰ تومان شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۱۴۵-۰۰-۷

فهرست مطالب

پیش گفتار ی

فصل اول

مدیریت

۳	مدیریت.....
۳	نقش های مدیریت.....
۴	نقش های میان شخصی.....
۴	نقش های اداری.....
۵	نقش تصمیم گیری.....
۷	سطوح مدیریت.....
۹	مهارت های مدیران.....
۱۲	مدیریت علم است یا هنر.....
۱۲	کارکردهای مدیریت.....
۱۳	مدیریت از دیدگاه اسلام.....

فصل دوم

سیر تحول مکاتب مدیریت

۱۹	مکاتب مدیریت.....
۲۰	نظریه های مکتب کلاسیک.....
۲۰	نظریه مدیریت علمی.....
۲۱	محاسن مدیریت علمی.....
۲۲	محدودیت های مدیریت علمی.....
۲۳	نظریه اصول گرایان یا وظیفه گرایان.....
۲۶	نظریه بوروکراسی.....
۲۶	اقتدار فرمند یا شخصیتی.....
۳۲	محاسن مکتب نئوکلاسیک.....

۳۳	محدودیت‌های مکتب نئوکلاسیک.....
۳۲	مکتب مدیریت سیستم‌ها.....
۳۳	مکتب مدیریت اقتضایی.....

فصل سوم

تغییرات شکل گرفته در دنیای فروش

۳۷	تغییرات شکل گرفته در دنیای فروش.....
۳۷	مقدمه.....
۳۷	فروش.....
۳۸	انواع روش‌های فروش در فروشندگی.....
۳۹	فروش شخصی.....
۴۰	مراحل فروش شخصی.....
۴۱	شرایط خرید و فروش.....
۴۲	جنبه‌های روان‌شناختی فروش شخصی.....
۴۳	نگرش‌های منفی.....
۴۴	انواع فروش شخصی.....
۴۵	نمایندگی‌های فروش.....
۴۵	روند تغییرات.....
۴۷	پارامترهای مؤثر در فروش شخصی (personal selling).....
۴۸	فروش سنتی.....
۴۹	قانون ۸۰/۲۰ مشتری یابی.....
۴۹	قانون ۷۰/۳۰.....
۵۰	تکنیک‌های فروش در بازاریابی.....
۵۱	این مشتری چرا محصول شما را می‌خرد و چرا آن یکی را نمی‌خرد؟.....
۵۱	ارجاع، مهم‌ترین کلید فروش.....
۵۱	شما باید به مشتری اطمینان بدهید تا این ترس و شک او از بین برود.....
۵۱	پاسخگویی به مخالفت‌های مشتری.....

طراحی افزایش فروش.....	۵۴
مرور برنامه و مباحث قبل از ملاقات.....	۵۵
روش فلدمن.....	۵۶

فصل چهارم

ریسک سقوط قیمت سهام

مقدمه.....	۶۱
قیمت سهام.....	۶۲
سقوط قیمت سهام.....	۶۳
تعیین قیمت سهام.....	۶۶
اطلاعات جدید و نسبت تعیین قیمت‌های سهام.....	۶۹
عوامل موثر بر قیمت سهام.....	۷۱
عوامل بیرونی.....	۷۱
۱- عوامل اقتصادی.....	۷۲
الف- اقتصاد بخشی.....	۷۲
ب- عوامل اقتصاد کلان.....	۷۳
ج- عوامل اقتصاد خرد.....	۷۳
عوامل سیاسی - نظامی.....	۷۵
عوامل فرهنگی - رفتاری.....	۷۵
عوامل درونی.....	۷۶
محتوای اطلاعاتی قیمت سهام.....	۷۹

فصل پنجم

ارزش گذاری حقوق صاحبان سهام

مقدمه.....	۸۵
مفهوم ارزش گذاری حقوق صاحبان سهام.....	۸۵
تعاریف ارزش گذاری حقوق صاحبان سهام.....	۹۰

۹۱.....	مفاهیم ارزش
۹۳.....	روش‌های ارزش گذاری
۹۴.....	تکنیک‌های بنیادی
۹۴.....	روش‌های درآمدی
۹۵.....	روش‌های نسبی
۹۵.....	روش‌های دارایی محور
۹۶.....	تعیین ارزش شرکت‌ها و شناسایی شرکت‌های بالا ارزش گذاری شده
۹۷.....	تئوری‌های ارزش گذاری حقوق صاحبان سهام
۹۷.....	تئوری درآمدهای خالص عملیاتی
۹۷.....	تئوری درآمدهای خالص
۹۷.....	نظریه سنتی
۹۸.....	نظریه مودیلیانی و میلر
۹۸.....	مدل‌های اندازه‌گیری ارزش گذاری حقوق صاحبان سهام
۹۸.....	الف. ۱. متغیرها و فرضیات متداول
۹۹.....	الف. ۲. مدل ۱: Claus and Thomas (۱۹۵۱)
۱۰۰.....	الف. ۳. مدل ۲: Gebhardt و همکارانش (۲۰۰۱)
۱۰۰.....	الف. ۴. مدل ۳: Ohison and Juettner-Nauroth (۱۹۸۵)
۱۰۱.....	الف. ۵. مدل ۴: Easton (۲۰۰۴)
۱۰۲.....	الف. ۶. مدل‌های جایگزین
۱۰۲.....	الف. ۷. مدل محدود Gordon
۱۰۲.....	الف. ۸. نسبت رشد-درآمد-قیمت (PEG)
۱۰۳.....	الف. ۹. نسبت قیمت-درآمد
۱۰۳.....	الف. ۱۰. مدل CAPM (مدل قیمت گذاری داده‌های سرمایه‌ای)

فصل ششم

استراتژی تجاری

۱۰۹.....	مقدمه
----------	-------

۱۰۹.....	استراتژی تجاری
۱۱۱.....	انواع استراتژی های کسب و کار
۱۱۱.....	۱- استراتژی تمایز
۱۱۱.....	ریسک های موجود در استراتژی تمایز
۱۱۱.....	استراتژی های موفقیت آمیز تمایز
۱۱۳.....	۲- استراتژی حداقل هزینه
۱۱۳.....	عوامل ایجاد استراتژی حداقل هزینه
۱۱۴.....	مؤلفه های استراتژیک، کاهش هزینه
۱۱۴.....	مروری بر مطالعات تجربی
۱۱۴.....	مقدمه
۱۱۵.....	پژوهش های انجام شده در داخل کشور
۱۱۸.....	پژوهش های انجام شده در خارج کشور
۱۲۰.....	نتیجه گیری
۷۸.....	اصطلاحات
۱۲۴.....	منابع

پیش گفتار

کتاب حاضر تحت عنوان مقدمه ای بر مدیریت و حقوق صاحبان سهام و تلاش نموده تا مخاطبان را ابتدا به نحوه مدیریت و آشنایی با سطوح مدیریت و سپس به نحوه فروش و در فصول چهار، پنج و شش با ریسک سهام، ارزش گذاری سهام و استراتژی تجاری آشنا نموده.

ایجاد و توسعه روز افزون مؤسسات بزرگ تولیدی و بازرگانی از خصوصیات بارز عصر ما است. صاحبان سرمایه، اعتبار دهندگان و سایر استفاده کنندگان برای تصمیم گیری در زمینه خرید، فروش، نگهداری سهام، اعطای وام و دیگر تصمیم های اقتصادی مهم به اطلاعات مالی مربوط و قابل فهم نیاز دارند. اطلاعات مالی و گزارشگری سالیانه یک واحد انتفاعی، جزء اساسی ترین اطلاعاتی هستند که شالوده بسیاری از تصمیم گیری های سرمایه گذاران و قضاوت های استفاده کنندگان را تشکیل می دهند. نقش اصلی گزارشگری مالی، انتقال اثربخش اطلاعات به افراد برون سازمانی به روشی معتبر و به موقع است. این امر در سایه شفافیت گزارشگری و افشا با کیفیت اطلاعات مالی تحقق می یابد (اندرسون و همکاران، ۲۰۱۳). در واقع وجود اطلاعات مالی شفاف و قابل مقایسه رکن اصلی پاسخگویی و تصمیم گیری های اقتصادی آگاهانه است. بر این اساس مباحث کتاب پاسخی برای چرای اهمیت تاثیر استراتژی تجاری بر ریسک سقوط قیمت سهام و تاثیر بیش قیمت گذاری حقوق صاحبان سهام بر این رابطه به منظور تصمیم گیری آگاهانه استفاده کنندگان اطلاعات مالی در سازمان ها و کارگزاری های بورس اوراق بهادار می باشد. در واقع نتیجه مطالعه کتاب خواهد توانست در تخصیص صحیح بودجه به امور تجاری و همچنین کاهش ریسک سقوط قیمت سهام به سرمایه گذاران کمک کند.

باتشکر:

مولفان