

احیاء رویکردهای کارآفرینی شهری

بهبود زمینه‌های تجارت به‌عنوان نوعی از نوآوری سازمانی

مولفین: رزارت پریفتی و فاطما جوپی

مترجم: ملیکا السادات موسوی‌فرد

سرشناسه	:	پریفتی، رزارت Prifti, Rezart
عنوان و نام پدیدآور	:	احیاء رویکردهای کارآفرینی شهری: بهبود زمینه‌های تجارت به عنوان نوعی از نوآوری سازمانی / مولفین رزارت پریفتی، فاطما جویی، مترجم ملیکا السادات موسوی فرد.
مشخصات نشر	:	تهران: نمای علم، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۳۲ ص
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۹۸۳۳۰-۱-۸
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	عنوان اصلی: Entrepreneurial urban regeneration : business improvement districts as a form of organizational innovation, c۲۰۲۱.
موضوع	:	مرکز شهر
موضوع	:	Central business districts
موضوع	:	شهرسازی
موضوع	:	City planning
موضوع	:	نوسازی شهری
موضوع	:	Urban renewal
شناسه افزوده	:	جویی، فاطما
شناسه افزوده	:	Jaupi, Fatma
شناسه افزوده	:	موسوی فرد، ملیکا السادات، ۱۳۷۱- مترجم
رده‌بندی کنگره	:	HF۵۴۲۹
رده‌بندی دیویی	:	۳۳۸/۸۷
شماره کتاب‌شناسی ملی	:	۷۶۴۰۵۵۲

عنوان کتاب:	احیاء رویکردهای کارآفرینی شهری، بهبود زمینه‌های تجارت به عنوان نوعی از نوآوری سازمانی
نویسندگان:	رزارت پریفتی و فاطما جویی
ناشر:	انتشارات نمای علم
مترجم:	ملیکا السادات موسوی فرد
طراحی جلد:	کیان برومند
صفحه آرا:	سما افتادبی
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۹۸۳۳۰-۱-۸
نوبت چاپ:	اول ۱۴۰۰
شمارگان:	۵۰ نسخه
قیمت:	۴۰۰۰۰۰ ریال
تلفن مرکز پخش:	۰۲۱-۸۸۳۲۵۱۳۴

حق چاپ جهت ناشر محفوظ است.



فهرست مطالب

فصل اول: ماهیت چندوجهی نوآوری	۱
۱,۱ چشم‌انداز نوآوری سازمانی	۲
۱,۲ BID و نوآوری سازمانی	۶
فصل دوم: مروری بر ادبیات بهبود مشاغل منطقه	۹
۲,۱ مفهوم BID	۹
۲,۲ تاریخچه و چشم‌اندازها	۱۷
۲,۳ نقش و اهمیت	۲۵
۱۱ ایجاد و راه‌اندازی دادگاه‌های جامعه	۲۷
۲,۴ BID و بازآفرینی شهری	۳۲
۲,۵ پیشنهاد در چارچوب بازاریابی شهر و نام تجاری شهر	۳۸
۲,۶ BID و شهرسازی کارآفرینانه	۴۳
۲,۷ BID و نقش در حمایت از SME ها	۴۹
۲,۸ انتقال سیاست	۵۳
۲,۹ ارزیابی عملکرد BID	۵۷
فصل سوم: یک تحلیل کوتاه از مدل‌های مختلف BID	۶۵
۳,۱ مناطق بهسازی شهر	۶۵
۳,۲ BIAs	۶۸
۳,۲,۱ تجدید نظر در خیابان	۷۱
۳,۲,۳ از مشاغل محلی پشتیبانی کنید	۷۲
۳,۲,۴ جامعه‌سازی	۷۲
۳,۳ DIDs	۷۴
۳,۴ انجمن‌های خیابان اصلی	۷۶
۳,۵ عبرت آموخته شده	۷۹
فصل چهارم: مطالعه موردی	۸۱
۴,۱ مطالعه موردی ۱: حفاظت از CID Banská Štiavnica	۸۱
۴,۱,۱ پیشینه	۸۱
۴,۲ مطالعه موردی ۲: برنامه اقدام به بازارهای محلی URBACT	۸۳
۴,۲,۱ زمینه و هدف برنامه اقدام محلی	۸۳
۴,۲,۲ چالش‌های اصلی بازارهای شهری بارسلونا	۸۵

فصل پنجم: مطالعه منطقه بهبود گردشگری در آلبانی.....	۸۷
۵,۱ توان بخشی سایت های میراث.....	۸۸
۵,۱,۱ ملاحظات کلیدی از دیدگاه اروپا.....	۸۹
۵,۱,۲ بازارهای تاریخی.....	۹۴
۵,۲ بازار قدیمی Korça: بازارهای فعلی و گذشته سایت.....	۹۶
۵,۲,۱ اهمیت سایت.....	۹۷
۵,۲,۲ شرایط و حفاظت سایت.....	۹۷
۵,۳ رویکرد استراتژیک.....	۹۸
۵,۳,۱ مقدمه.....	۹۸
۵,۳,۲ دستورالعمل ها.....	۹۹
۵,۳,۲,۱ خدمات.....	۹۹
۵,۳,۲,۲ برنامه ریزی و زیرساخت های شهری.....	۱۰۰
۵,۳,۲,۳ مدیریت.....	۱۰۱
۵,۳,۲,۴ ارتقا and و ارتباطات.....	۱۰۲
۵,۳,۲,۵ بازارهای کشاورزان و تقویت محصولات محلی.....	۱۰۳
۵,۳,۳ مدل های مدیریتی.....	۱۰۳
۵,۵ برنامه عملیاتی.....	۱۰۴
۵,۵,۱ ملاحظات مدیریت عمومی.....	۱۰۴
۵,۵,۲ بخش های اولویت دار.....	۱۰۵
۵,۵,۳,۱ نتیجه گیری در مورد تقسیم بندی هدف.....	۱۰۸
۵,۵,۴ ملاحظات مهم.....	۱۰۹
۵,۵,۶ خوشه بندی.....	۱۱۰
۵,۵,۶,۱ خوشه بندی عملکردی: پیشنهاد مخلوط فروشگاه.....	۱۱۱
۵,۵,۶,۱,۱ اظهارات اولیه.....	۱۱۱
۵,۵,۶,۲ خوشه بندی فضایی:.....	۱۱۲
۵,۵,۶,۳ نقشه: خوشه بندی فضایی.....	۱۱۴
۵,۵,۷ فعالیت های بازاریابی برای بازار.....	۱۱۵
۵,۶ سازمان و مدیریت بازار.....	۱۱۷
۵,۷ سناریوی جایگزین.....	۱۱۹
۵,۷,۱ دهکده های خرید.....	۱۱۹
۵,۷,۱,۱ هزینه گردشگران در مقابل ساکنان محلی.....	۱۲۰