

مدیریت استراتژیک سازمان های پژوهشی

ویلیام. ای. بارلتا

دپارتمان فیزیک

موسسه فن آوری ماساچوست

دانشکده اقتصاد / دانشگاه لیوبلیانا

کتاب CRC

گروه تیلور & فرانسیس

بوکا راتون لندن نیویورک

سرشناسه:	بارلتا، ویلیام ا، ۱۹۴۵-م، Barletta, W. A. (William A.) - ۱۹۴۵-
عنوان و نام پدیدآور:	مدیریت استراتژیک سازمان‌های پژوهشی/نویسنده ویلیام. ای. بارلتا؛ مترجم حسین عسکری؛ ویراستار حسین ناصری.
مشخصات نشر:	تریت حیدریه: افرا تریت، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری:	۲۲۰ ص.
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۴۲۷-۸۷-۲
وضعیت فهرست نویسی:	فیبا
یادداشت:	عنوان اصلی: [Strategic management of research organizations, ۲۰۲۰].
موضوع:	موسسات تحقیقاتی -- مدیریت
موضوع:	Research institutes -- Management
موضوع:	تحقیق -- مدیریت
موضوع:	Research -- Management
موضوع:	برنامه‌ریزی راهبردی
موضوع:	Strategic planning
شناسه افزوده:	عسکری، حسین، ۱۳۶۳- مترجم
رده بندی کنگره:	۵۵/۱۸۰Q
رده بندی دیویی:	۸۴/۵۰۶
شماره کتابشناسی ملی:	۷۶۵۲۲۱۶
اطلاعات رکورد کتابشناسی:	فیبا

نام کتاب: مدیریت استراتژیک سازمان‌های پژوهشی

نویسنده: ویلیام. ای. بارلتا

ترجم: حسین عسکری

ویراستار: حسین ناصری

طراح جلد: صفیه محمدعلیخانی

قطع: وزیری

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۲۷-۸۷-۲

صفحه آرای: جواد خوش سیما

شمارگان: ۱۰۰۰

سال انتشار: ۱۴۰۰ چاپ اول

قیمت: ۷۰۰۰۰ تومان

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: چاپخانه مهرسیما ۰۵۱۵۵۵۳۶۳۱۵



انتشارات افرا تریت

تریت حیدریه- خیابان فردوسی شمالی- پاساژ قدس (بقایی) طبقه دوم - واحد ۳۴

تلفن ۵۲۲۳۲۵۶۷-۵۲۳۳۵۶۷۶۰۶-۰۹۱۵۵۳۱۰۴۷۸ Gmail:Afratorbat@Gmail.com

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

این کتاب شامل اطلاعات جمع آوری شده از منابع معتبر و بسیار بار ارزش می باشد. اقدامات مستند به منظور انتشار داده ها و اطلاعات قابل اتکا صورت گرفته است، اما نویسنده و ناشر نمی توانند مسئولیتی برای صحت تمامی مطالب یا عواقب استفاده از آنها متقبل شوند. این نویسندگان و ناشران تلاش کرده اند تا صاحبان حق تکثیر تمامی مطالب باز تولید شده در این جلد را پیدا کنند و در صورتی که اجازه چاپ حاصل نشده عذر خواهی می کنند. اگر هر گونه مطلب حق نشر تایید نشده باشد خواهشمند است که آنرا کتبا ارسال کرده و ما را مطلع کنید تا بتوانیم در چاپ مجدد آن را اصلاح نماییم.

بجز موارد مجاز از سوی قوانین مربوط به حق نشر ایالات متحده، هیچ بخشی از این کتاب را نمی توان بدون اجازه کتبی از سوی نویسنده مجددا چاپ کرد، باز تولید کرد، انتقال داد، و یا به هر شکلی با هر وسیله الکترونیکی، مکانیکی و یا هر وسیله دیگری که در حال حاضر شناخته شده یا من بعد از این اختراع گردد، شامل فتوکپی کردن، به صورت میکرو فیلم در آوردن و ضبط کردن، یا در هر حافظه اطلاعاتی یا سیستم بازیابی مورد استفاده قرار داد.

برای کسب اجازه به منظور فتوکپی یا استفاده از مطالب به صورت الکترونیکی از این اثر، لطفاً به سایت (<http://copyright.con>) www.copyright.com مراجعه کنید یا با مرکز Copyright Clearance Center, Inc. (CCC), ۲۲۲ Rosewood Drive, Danvers, MA ۰۱۹۲۳, ۹۷۸-۷۵۰-۸۴۰۰ یک سازمان غیر انتفاعی است که گواهینامه ها و ثبت نام از کاربران مختلف را فراهم می کند. برای سازمان هایی که گواهینامه فتوکپی توسط CCC به آنها اعطا شده است، سیستم پرداخت مجزایی در نظر گرفته شده است.

هشدار درباره علامت تجاری: نام محصولات یا موسسات تجاری ممکن است نشان های تجاری یا برندهای ثبت شده ای باشد که صرفاً به منظور شناسایی و توضیح بدون سوء نیت به کار می روند.

صفحه	عنوان
۱	دیباچه
۶	تقدیر و تشکر
۷	درباره نویسنده
۸	فصل ۱: چشم انداز ها و شبکه ها
۹	چشم انداز برنامه ریزی سازمان
۱۵	شبکه های عملیاتی
۲۰	فصل ۲: اقدامات مدیر پژوهشی
۲۱	فضای ELM
۲۵	هدایت پرسنل خلاق
۲۷	تئوری های رهبری
۳۱	مدیریت تغییر سازمانی
۳۶	فصل ۳: محیط پژوهش، تعریف پژوهش
۳۹	روندها در تامین مالی پژوهش
۴۰	چرخه حیات R&D
۴۳	دنیای پیرامون شمایه عنوانیک مدیر R&D
۴۷	فصل ۴: استراتژی، پیش بینی، و ریسک تکنولوژیکی
۴۸	ویژگی های یک استراتژی کسب و کار
۵۰	مدیریت ریسک سازمان
۵۴	پیش بینی تکنولوژیکی
۶۳	فصل ۵: مقدمه ای بر برنامه ریزی استراتژیک
۶۴	آمادگی برای ایجاد محتوای برنامه
۶۶	مرحله اول: گردآوری و ارزیابی اطلاعات
۷۲	استراتژی ها و موقعیت یابی سازمان
۷۵	ایجاد سند برنامه
۷۷	برنامه ریزی منابع برای اجرا
۸۰	سیستم های اطلاعاتی
۸۳	تعاریف پایه حسابداری
۸۶	ابزارهایی برای مدیریت مالی
۹۲	هزینه ها به عنوان یک ابزار تصمیم گیری
۹۳	مسئولیت یک مدیر
۱۰۰	فرصت کسب و کار
۱۰۳	برنامه ریزی برای کسب درآمد با وجود یک ایده عالی
۱۰۶	نوشتن برنامه کسب و کار

۱۱۰	دلایل عدم موفقیت برنامه ها
۱۱۲	فصل ۶: مهارت های ارتباطی مدیریت
۱۱۲	فنی نویسی
۱۱۵	نظرات کلی راجع به سبک
۱۱۷	پروژه های کتبی اصلی و رسمی - CDR
۱۲۳	مدیریت نشست ها (میتینگ ها)
۱۲۵	مذاکرات (به طور خلاصه)
۱۲۹	رسیدگی مدیران
۱۳۱	مدیر در مقام قاضی
۱۳۴	فصل ۷: سازمان های بازاریابی علمی
۱۳۵	بازاریابی برای فروش:
۱۳۹	بازاریابی برای فروش: موقعیت یابی محصولات
۱۴۲	بازاریابی استراتژیک
۱۴۵	فصل ۸: اخلاق در پژوهش
۱۴۹	مسائل اخلاقی تحقیقات علمی
۱۵۳	تضاد منافع
۱۵۴	اخلاق موسسه ای
۱۵۶	فصل ۹: مدیریت نیروی کار
۱۵۷	ایجاد نیروی کار به صورت استراتژیکی
۱۵۹	استخدام بهترین ها
۱۶۳	تعیین جانشین
۱۶۸	مدیریت حقوق و دستمزد
۱۷۴	فصل ۱۰: مدیریت ریسکهای عملیاتی
۱۷۴	کنترل ریسکها در طی اجرا
۱۸۴	فصل ۱۱: ساختارها و حاکمیت
۱۸۶	ساختارهای سازمانی
۱۹۲	حاکمیت موسسه ای
۱۹۶	فصل ۱۲: مطالع موردی فناوری-انتقال
۱۹۹	مطالعه موردی KYMA
۲۰۱	کلید موفقیت ادامه دار در انتقال فن آوری
۲۰۲	شرکا و متحدان استراتژیک
۲۰۶	منابع پیشنهادی