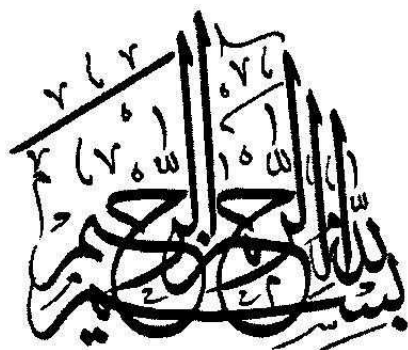




برنامه ریزی، مدیریت شهری و محیط زیست

www.ketab.ir

مؤلفین:

دکتر علیرضا عزیزی

دکتر حلیا سادات حسینی شکرابی

سرشناسه	: عزیزى، علیرضا، ۱۳۵۹-
عنوان و نام پدیدآور	: برنامه‌ریزی، مدیریت شهری و محیط زیست/ مولفین علیرضا عزیزى، حلیاسادات حسینی شکرابی.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات شریفزاده، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۴ ص.
شابک	: 978-622-7721-55-3
وضعیت فهرست نویسی	: فیفا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۶۶ - ۱۷۰.
موضوع	: خدمات شهری
	Municipal services
	توسعه پایدار شهری
	Sustainable urban development
	توسعه پایدار شهری -- جنبه‌های زیست‌محیطی
	Sustainable urban development -- Environmental aspects
شناسه افزوده	: حسینی شکرابی، حلیاسادات، ۱۳۶۲-
رده بندی کنگره	: HT۱۶۶
رده بندی دیویی	: ۱۲۱۶۳-۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۸۴۴۶۵۸
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیفا



نام کتاب	: برنامه ریزی، مدیریت شهری و محیط زیست
تالیف:	: علیرضا عزیزى - حلیا سادات حسینی شکرابی
ناشر:	: شریفزاده
سال انتشار	: چاپ اول - ۱۴۰۱
شمارگان	: ۱۰۰
شابک	: 978-622-7721-55-3
قیمت	: ۹۰۰۰۰ تومان

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران- خ انقلاب- روبروی سینما بهمن- جنب بانک صادرات- پ

۱۳۵۶ کتابفروشی محسن - تلفن ۰۲۱-۶۶۴۹۲۶۶۲

پیشگفتار

آشنایی با ابزارهای نوین برنامه‌ریزی شهری و منطق‌های و تلاش در جهت انتقال

دانش فنی از طریق تعامل علمی و تبادل تجربیات با سازمان‌های بین‌المللی امر فرخنده‌ای است که چنانچه با بسترسازی مناسب همراه باشد قطعاً میتواند نتایج مفیدی برای کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به بار آورد. در همین راستا استفاده از مشاورین فنی بین‌المللی که از طریق نهادهایی همچون بانک جهانی و سازمان ائتلاف شهرها فراهم میگردد، فرصتهای مناسبی را میتواند برای جامعه محلی، ایجاد کند، از جمله این که اینگونه مشاورین قادر هستند با خود ایده، روشها، ابزار و تخصصهای ویژه‌ای را که به طور داخلی وجود ندارند، فراهم نمایند. ضمناً از آنجا که تهیه این اسناد در برخی از کشورها از سابقه طولانی تری برخوردار است، لذا تجربیات مدونی از فرایند تهیه اسناد مزبور به دست آمده است که می‌تواند در تحلیلهای مختلفی نظیر تحلیل قابلیت رقابت اقتصادی، توسعه شهری عادلانه تر و مشارکت شهروندان به کار گرفته شود

عزیزی، حسینی

پیشگفتار	۳
فصل ۱	۱۷
مبانی برنامه ریزی شهری	۱۷
مقدمه	۱۷
انواع برنامه ریزی	۱۸
الف- برنامه ریزی کلی (کلان)	۱۸
ب- برنامه ریزی بخشی	۱۸
ج- برنامه ریزی در سطح طرح (خود)	۱۹
الف- برنامه ریزی ملی	۱۹
ب- برنامه ریزی منطقه ای	۱۹
ج- برنامه ریزی شهری	۱۹
د- برنامه ریزی روستایی	۱۹
انواع برنامه ریزی از نظر مدت اجرا	۱۹
الف- برنامه ریزی بلندمدت:	۲۰
ب- برنامه ریزی میان مدت:	۲۰
ج- برنامه ریزی کوتاه مدت:	۲۰
الف- برنامه ریزی محلی (شهری):	۲۱
ب- برنامه ریزی روستایی:	۲۱
ج- برنامه ریزی ناحیه ای:	۲۱
د- برنامه ریزی ملی	۲۲
ه- برنامه ریزی بین المللی	۲۲

۲۲	تعاریف برنامه ریزی شهری
۲۳	منظور از برنامه ریزی شهری و منطقه ای
۲۶	پیشینه برنامه ریزی شهری در ایران :
۲۷	آشنایی با برخی مفاهیم و اصطلاحات رایج شهری:
۲۷	شهر :
۲۷	شهرسازی:
۲۸	مدیریت شهری:
۲۸	طرح ریزی شهری:
۲۸	سیما و منظر شهر:
۲۹	طراحی شهری:
۲۹	طرح هادی شهری:
۲۹	طرح جامع شهری:
۳۰	طرح تفصیلی:
۳۱	محدوده شهر:
۳۱	منطقه بندی:
۳۲	کاربری زمین:
۳۲	سرانه های شهری:
۳۳	فصل ۲
۳۳	مدلهای توسعه شهری
۳۳	مقدمه
۳۳	الگوها نظریه ها و مدل های توسعه شهری
۳۳	الگوهای شهری
۳۳	الگوی خطی

۳۴	الگوی خوشه ای
۳۴	الگوی سلسله مراتبی
۳۴	الگوی شطرنجی
۳۵	مدل ستاره ای
۳۵	مدل حلقوی
۳۵	مدل تار عنکبوتی
۳۵	مدل کهکشانی
۳۶	مدل چند گره گاهی یا چند مرکزی یا منظومه ای
۳۶	مدل متمرکز و تک مرکزی
۳۶	شهر آشیانه ای
۳۶	شهر مشبک (توری شکل)
۳۷	شهر درون گرا
۳۷	مدل سیکل زندگی تغییر کاربری اراضی
۳۷	مدل های جدید در مورد الگوهای شهری
۳۷	شهر پراکنده
۳۸	اثرات زیست محیطی پراکندگی
۳۹	مزایای رشد هوشمند:
۴۰	شهر حاشیه ای
۴۱	فصل ۳
۴۱	برنامه ریزی استراتژیک شهری و تراکم و اندازه بهینه شهر
۴۱	مقدمه
۴۱	عارضه یابی
۴۲	چارچوب های تغییر برای عارضه یابی

۴۲	۱- مدل چرخه زندگی
۴۲	۲- مدل تکاملی
۴۲	۳- مدل تعارض ترکیبی
۴۲	۴- مدل هدف گذاری
۴۳	عوامل کلیدی چارچوب ارزیابی عملکرد شهری
۴۴	۱- ظرفیت
۴۴	۲- انگیزه
۴۴	۳- محیط
۴۴	۴- عملکرد
۴۶	استراتژیست ها
۴۷	بیانه های مأموریت
۴۷	فرصت ها و تهدیدات خارجی
۴۷	نقاط قوت و ضعف داخلی
۴۷	اهداف بلند مدت
۴۸	استراتژی ها
۴۸	هدفهای سالانه
۴۸	سیاست ها
۴۸	فرآیند مدیریت استراتژیک و اجزای آن
۵۲	ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک
۵۳	ماتریس گروه مشاوران بستن (BCG)
۵۴	ماتریس داخلی و خارجی (IE)
۵۴	ماتریس استراتژی اصلی (GS)
۵۵	ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

۵۷	بازاریابی بین المللی (بازاریابی چند ملیتی).....
۵۷	تعریف بازاریابی بین الملل.....
۵۸	اهمیت بازاریابی بین المللی در مدیریت شهری.....
۶۲	استراتژی های ورود به بازار بین المللی.....
۶۳	سازمان دهی بازاریابی بین المللی.....
۶۳	راهبرد صادرات.....
۶۴	تصمیمات عمده در بازاریابی بین المللی.....
۶۴	سیستم بازرگانی بین المللی.....
۶۵	خصوصیات کشورها بعنوان بازار خارجی.....
۶۵	۱- وضعیت اقتصادی.....
۶۵	۲- ساختار صنعتی.....
۶۵	اقتصاد معیشتی.....
۶۵	اقتصاد صادرکننده مواد خام.....
۶۶	اقتصاد در حال صنعتی شدن.....
۶۶	اقتصاد صنعتی.....
۶۷	۳- توزیع درآمد.....
۶۷	۴- وضعیت سیاسی - قانونی کشورها.....
۶۷	عکس العملها نسبت به خریدهای خارجی.....
۶۷	ثبات سیاسی.....
۶۸	مقررات پولی.....
۶۸	بورروکراسی دولتی.....
۶۹	۵- وضعیت فرهنگی.....
۶۹	تصمیم به فعالیت در سطح بین المللی.....

۷۰	تصمیم در مورد انتخاب بازارها در سطح بین المللی
۷۱	تخمین بازار بالقوه جاری هر یک از بازارها
۷۱	پیش بینی بازار بالقوه آینده هر یک از بازارها
۷۲	پیش بینی فروش بالقوه هر یک از بازارها
۷۲	تخمین هزینه ها و سود هر یک از بازارها
۷۲	تخمین نسبت سود به حجم سرمایه گذاری هر یک از بازارها
۷۲	تصمیم در مورد چگونگی وارد شدن به بازار بین المللی در مدیریت شهری
۷۳	صادرات
۷۳	صادرات غیر مستقیم
۷۴	صادرات مستقیم
۷۴	۱- ایجاد بخش صادراتی در داخل کشور
۷۵	۲- تأسیس دفتر فروش یا شعبه ای از شرکت در خارج از کشور
۷۵	۳- داشتن نمایندگان فروش سیار برای کشورهای خارجی
۷۵	۴- داشتن نماینده یا توزیع کننده در خارج از کشور
۷۵	همکاری مشترک
۷۵	۱- همکاری مشترک از طریق واگذاری امتیازی خاص
۷۶	۲- قرارداد تولید
۷۶	۳- قرارداد همکاری در مدیریت
۷۶	۴- همکاری به صورت مالکیت مشترک
۷۷	تصمیم در مورد برنامه های بازاریابی بین المللی
۷۸	سیاستهای تشویقی و ترغیبی
۷۹	سیاست های قیمت گذاری
۷۹	کانال های توزیعی