

راهبردهای فرهنگی هیئت های دینی و مذهبی

نویسندگان:

حامد داد پور

علی لطفی

www.ketab.ir

کتبچی



سرشناسه	: دادپور، حامد، ۱۳۶۱-
عنوان و نام پدیدآور	: راهبردهای فرهنگی هیئت‌های دینی و مذهبی نویسندگان حامد دادپور، علی لطفی.
مشخصات نشر	: تهران: آفتاب گیتی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۰ ص.: جدول (بخشی رنگی)، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۵-۹۸۲-۶-۵۵۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۷۹ - ۱۸۱.
یادداشت	: کتاب حاضر برگرفته از پایان‌نامه نویسنده است.
موضوع	: هیات‌های عزاداری و غیره -- ایران -- نمونه پژوهی Shiite mourning communities, etc. -- Iran -- Case studies هیات‌های عزاداری و غیره -- ایران -- جنبه‌های اجتماعی -- نمونه پژوهی Shiite mourning communities, etc. -- Social aspects -- Iran -- Case studies
شناسه افزوده	: لطفی، علی، ۱۳۷۸ خرداد-
رده بندی کنگره	: BPr۶۱
رده بندی دیویی	: ۷۵/۲۱۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۷۳۲۷۹
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا

www.ketab.ir
آفتاب گیتی

عنوان: راهبردهای فرهنگی هیئت‌های دینی و مذهبی

مولفین: حامد دادپور، علی لطفی

صفحه‌آرایی: فرشته خوش سیم

نشر و پخش: موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

چاپ: فدک

قیمت: ۵۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۵-۹۸۲-۶-۵۵۰۰۰

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.

نشانی: تهران- میدان انقلاب - تقاطع خیابان ۱۲ فروردین- ساختمان ولیعصر- پلاک ۱۳۱۴ - طبقه سوم. واحد ۹**
نشر و پخش همراه: ۰۲۱۶۶۹۶۹۸۳۷-۰۹۱۲۳۳۴۲۳۶۲

فروشگاه اینترنتی کتاب www.aftabegiti.com****www.shop.aftabegiti.com

فهرست مطالب

۱۶.....	فصل اول
۱۶.....	کلیات تحقیق
۲۳.....	مدیریت استراتژیک:
۲۳.....	راهبرد یا استراتژی:
۲۳.....	تحلیل SWOT:
۲۴.....	فرصت‌ها (O):
۲۴.....	تهدیدها (T):
۲۴.....	نقاط قوت (S):
۲۴.....	نقاط ضعف (W):
۲۶.....	فصل دوم
۲۶.....	مبانی نظری و ادبیات تحقیق
۲۷.....	بخش اول: مبانی نظری برنامه‌ریزی راهبردی
۳۰.....	استراتژی به عنوان طرح
۳۰.....	استراتژی به عنوان نیرونگ
۳۰.....	استراتژی به عنوان الگو
۳۰.....	استراتژی به عنوان موقعیت
۳۱.....	استراتژی به عنوان نگرش

۵۲.....	۷-۲. اجرای راهبرد.....
۵۲.....	۸-۲. فرآیند برنامه‌ریزی استراتژی.....
۵۵.....	۹-۲. سلسله مراتب استراتژی‌های سازمانی.....
۶۵.....	ملاحظات اقتصادی.....
۶۵.....	ملاحظات اجتماعی.....
۶۵.....	ملاحظات سیاسی.....
۶۶.....	ملاحظات فناوری.....
۶۶.....	نیروهای رقابتی.....
۶۷.....	بخش دوم: فرهنگ و هیئتهای مذهبی.....
۷۳.....	شیوههای تغییر فرهنگی.....
۷۶.....	راهبردهای هویت ملی.....
۷۷.....	راهبردهای هویت قومی.....
۷۸.....	راهبردهای هویت دینی.....
۷۸.....	راهبردهای هویت مدرن.....
۹۱.....	جمع بندی.....
۹۳.....	فصل سوم.....
۹۳.....	روش شناسی تحقیق.....
۹۹.....	فصل چهارم تجزیه و تحلیل یافته ها.....
۱۰۳.....	نقاط قوت هیئتهای دینی و مذهبی سازمان تبلیغات اسلامی استان ایلام.....
۱۰۴.....	نقاط ضعف هیئتهای دینی و مذهبی سازمان تبلیغات اسلامی استان ایلام.....

چکیده:

امروزه توجه به نقش و اهمیت برنامه ریزی استراتژیک در دستیابی به اهداف سازمان ها بسیار افزایش یافته و حتی برخی اندیشمندان علم مدیریت از آن به عنوان منبع مزیت رقابتی یاد می کنند. هدف از پژوهش حاضر تدوین راهبردهای فرهنگی هیئت های دینی و مذهبی سازمان تبلیغات اسلامی استان ایلام است، روش پژوهش پیمایشی از نوع توصیفی تحلیلی است بدین صورت که ابتدا با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه باز، عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف)، و عوامل خارجی (فرصت ها و تهدیدهای)، سازمان تبلیغات اسلامی استان ایلام شناسایی و در ادامه با استفاده از پرسشنامه بسته این عوامل به نظر سنجی گذاشته شده است، جهت تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق آزمون های آماری t تک نمونه ای، تحلیل عاملی تأییدی و روش تجزیه و تحلیل SWOT بکار رفته است که در نهایت ۱۷ استراتژی شامل: شش استراتژی SO، سه استراتژی ST، پنج استراتژی WO و سه استراتژی WT برای سازمان تدوین و پیشنهاد گردید.

واژه های کلیدی: برنامه ریزی راهبردی، هیئت های دینی و مذهبی، سازمان تبلیغات اسلامی، استان ایلام، SWOT.