

روان‌شناسی اجتماعی سازمانی

مؤلفان:

دکتر سید حمید آتش‌پور

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

امین برازنده

دانشجوی دکترای روان‌شناسی و مدرس دانشگاه

سرشناسه : آتش‌پور، سیدحمید، ۱۳۲۳ -
عنوان و نام پدیدآور : روان‌شناسی اجتماعی سازمانی/ مولفان سیدحمید آتش‌پور، امین
برازنده.

مشخصات نشر : تهران: دختر آفتاب: ابوعطا، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری : ۲۹۶ ص.: جدول، نمودار.

سایک : 978-600-94543-1-0

وضعیت فهرست : فیا

بویسی

یادداشت : واژه‌نامه.

یادداشت : کتاب‌نامه: ص. ۲۸۱ - ۲۹۴.

موضوع : رفتار سازمانی -- جنبه‌های روان‌شناسی

موضوع : روان‌شناسی اجتماعی

شناسه افزوده : برازنده، امین، ۱۳۵۰ -

رده سدی کنگره : ۱۳۹۴HD۵۸/۷ ۱۲۹۹/۱

رده سدی دیوبی : ۱۵۸/۷

شماره : ۳۹۶۴۰۴۰

کتابشناسی ملی

عنوان کتاب: روان‌شناسی اجتماعی سازمانی

ناشر: انتشارات دختر آفتاب

ناشر همکار: انتشارات ابوعطا

مولفان: دکتر سید حمید آتش‌پور، دکتر امین برازنده

طرح جلد: امیر زارع

حروفچینی و صفحه‌آرایی: آتلیه طراحی انتشارات ابوعطا

لیتوگرافی: باختر

چاپ و صحافی: نقش‌نیزار

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

سال چاپ: پاییز ۹۴

قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۵۴۳-۱-۰

نشانی: تهران- خیابان انقلاب- خیابان ۱۲ فروردین- ساختمان ناشران

تلفن: ۶۶۴۸۵۹۴۰

کلیه حقوق چاپ و نشر این کتاب انحصاراً محفوظ و درج نام یا هر قسمت از آن در نشریات یا کتاب‌های دیگر و ...

منوطاً به کسب اجازه کتبی از ناشر است.

 انتشارات ابوعطا

دختر آفتاب
انتشارات

به نام خدا

مقدمه: سخن مؤلفان

این کتاب نخستین کتاب تألیفی در حیطه‌ی روان‌شناسی اجتماعی در محیط‌های کاری و سازمانی در ایران است. تلاش مؤلفان بر این بوده است که تا حد امکان مطالب علمی با استفاده از منابع معتبر علمی داخلی و خارجی، با زبانی ساده بیان شود. **اولین فصل** کتاب مروری اجمالی بر **تاریخچه‌ی روان‌شناسی اجتماعی** داشته و سپس به **معرفی روان‌شناسی اجتماعی سازمانی و روش‌های پژوهشی آن** پرداخته است.

از آنجایی که سازمان به منزله‌ی یک گروه بزرگ اجتماعی از چندین گروه کوچک‌تر رسمی و غیررسمی تشکیل شده که اعضای آن در تأثیرگذاری بر یکدیگر و بر محیط اطراف خود می‌کوشند، بحث پیرامون **نفوذ و قدرت در گروه‌ها** در قالب **دومین فصل** کتاب ضروری به نظر می‌رسید. **فصل سوم** به بحث **ارتباطات** افراد در سازمان‌ها و گروه‌های کاری مربوط است. ارتباطات فرایندی است که به وسیله‌ی آن، افراد در صدد برمی‌آیند تا از طریق مبادله‌ی اطلاعات به مفاهیم مشترک دست یابند. ارتباط مکانیسمی است که روابط انسانی براساس و به وسیله‌ی آن به وجود می‌آید، ارتباطات اثربخش در محیط‌های درون سازمانی و میان سازمانی، گامی مهم در جهت بالندگی سازمان‌ها، گروه‌های سازمانی و در نهایت کل جامعه است و هرگونه اختلال در آن می‌تواند سازمان را به سمت کشمکش، تعارض‌های منفی و رفتارهای سیاسی ناهنجار سوق دهد. از این رو، **چهارمین فصل** کتاب به بحث **تعارض و رفتارهای سیاسی** در سازمان‌ها و گروه‌های سازمانی اختصاص یافت. کشمکش، تعارض‌های منفی و رفتارهای سیاسی ناهنجار می‌توانند زمینه‌ساز پرخاشگری، خشونت و درگیری در محیط کار شوند؛ به همین دلیل، **خشونت و پرخاشگری در محیط کار** در **پنجمین فصل** کتاب مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

مذاکره و مصالحه، اغلب یک روش برد-برد و مسالمت‌آمیز در پیشبرد روابط میان فردی، میان گروهی و میان سازمانی بوده است. از طریق یک **مذاکره‌ی** اثربخش است که می‌توان از تعارض، درگیری و سیاسی کاری کاست. لذا این مسئله، مؤلفان را به تألیف **فصل ششم** کتاب ترغیب کرد. در هر حال، هسته‌ی تمامی مباحث اشاره شده کسی جز «انسان» نیست. انسان‌ها از لحاظ شخصیت، انگیزه و نگرش با یکدیگر تفاوت دارند. هر انسانی با **ویژگی‌های شخصیتی، انگیزشی و نگرشی** منحصر به فرد خود وارد دنیای کار شده و محیط شغلی و اطرافیان خود را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این مسئله‌ی مهم سبب شد تا تدوین فصل‌های **هفتم، هشتم و نهم** در دستور کار مؤلفان

این کتاب قرار گیرد.

اما تمامی این دنیای پرهیاهوی سازمان‌ها و مشاغل، نیاز به **رهبری** خردمندانه دارد. به این مبحث مهم در **دهمین فصل** پرداخته شده است.

هم رهبران و مدیران ارشد سازمان‌ها و هم کارکنان شاغل در سازمان‌ها همگی برحسب شرایط متغیر دنیای امروز، نیاز به **آموزش‌های** مداوم در حوزه‌های گوناگون دارند تا بتوانند با چالش‌های مختلف سازگار شوند. از این‌رو، آموزش در سازمان‌ها در **فصل یازدهم** این کتاب مورد بحث واقع شده است. در پایان از حسن توجه شما سپاسگزاریم و امیدواریم با پیشنهادهای و انتقادهای سازنده‌ی خود، ما را در غنی‌تر کردن مطالب این کتاب یاری فرمایید.

دکتر سید حمید آتش‌پور

دکتر امین برازنده

www.ketab.ir

فهرست مطالب

مقدمه: سخن مؤلفان.....	۵
فصل اول معرفی روان‌شناسی اجتماعی سازمانی و روش‌های پژوهشی آن.....	۱۷
تاریخچه.....	۱۷
کار چیست؟.....	۲۰
روان‌شناسی اجتماعی در محیط‌های کاری و سازمانی.....	۲۱
روش‌های پژوهش در روان‌شناسی اجتماعی سازمانی.....	۲۲
دسته‌بندی روش‌های پژوهش براساس هدف.....	۲۳
دسته‌بندی روش‌های پژوهش براساس نحوه‌ی گردآوری داده‌ها.....	۲۳
- پژوهش‌های غیرآزمایشی.....	۲۳
۱. پژوهش پیمایشی (Survey Research).....	۲۴
۲. پژوهش همبستگی (Correlational Research).....	۲۴
۳. پژوهش پس‌رویدادی (خلی - مقایسه‌ای).....	۲۴
۴. اقدام‌پژوهی.....	۲۵
- پژوهش‌های آزمایشی.....	۲۵
اخلاق در پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی.....	۲۵
اصول اخلاقی مورد تأکید APA برای انجام پژوهش‌های روان‌شناسی.....	۲۶
اصل A.....	۲۶
اصل B.....	۲۶
اصل C.....	۲۷
اصل D.....	۲۷
اصل E.....	۲۷
اصل F.....	۲۸
اصل G.....	۲۸
اصل H.....	۲۸
اصل I.....	۲۸
اصل J.....	۲۹
جمع‌بندی.....	۲۹
پرسش‌هایی برای اندیشیدن.....	۳۰
فصل دوم نفوذ و قدرت در سازمان و گروه‌های آن.....	۳۱
میزان نفوذ اجتماعی.....	۳۲
مفهوم گروه.....	۳۳
مراحل شکل‌گیری گروه‌ها.....	۳۵
مفهوم تیم.....	۳۷
تفاوت تیم با گروه.....	۳۷

۳۸	انواع تیم‌های کاری
۳۸	۱. تیم‌های حل‌کننده مسئله
۳۸	۲. تیم‌های خودگردان
۳۹	۳. تیم‌های تخصصی چندوظیفه‌ای
۴۱	۴. تیم‌های مجازی
۴۱	پیامدهای رفتاری نفوذ اجتماعی در گروه‌ها
۴۲	همرنگی و فشار گروه
۴۳	دلایل هم‌رنگی
۴۳	عوامل مؤثر بر افزایش و یا کاهش هم‌رنگی
۴۴	هم‌رنگی با جماعت خصیصه‌ای است مثبت یا منفی؟
۴۵	از هابریس تا گروه اندیشی
۴۵	هابریس
۴۵	عوامل تقویت‌کننده‌ی هابریس
۴۷	گروه اندیشی
۴۸	نشانه‌های گروه اندیشی
۵۰	مهمترین راه‌های مقابله با گروه اندیشی
۵۰	قدرت
۵۲	راهکارهای استفاده‌ی مؤثر از قدرت پاداش
۵۳	راهکارهای استفاده‌ی مؤثر از قدرت جبری (فهری)
۵۳	راهکارهای استفاده‌ی مؤثر از قدرت قانونی
۵۳	راهکارهای استفاده‌ی مؤثر از قدرت مرجع
۵۴	راهکارهای استفاده‌ی مؤثر از قدرت تخصصی
۵۴	تجزیه و تحلیل قدرت
۵۷	آیا هر کسی (از جمله خود ما) امکان دارد که قدرت را بی‌رحمانه اعمال کنیم؟
۵۸	چند نکته پیرامون فرمان برداری افراد در آزمایش میلگرام
۵۹	جمع‌بندی
۶۱	پرسش‌هایی برای اندیشیدن

۶۳	فصل سوم ارتباطات در سازمان و گروه‌های سازمانی
۶۵	کاربرد ارتباطات
۶۶	ارکان فرایند ارتباطات
۶۷	۱. فرستنده (منبع)
۶۷	۲. محتوی و ماهیت پیام
۶۷	میزان ترس برانگیز بودن پیام
۶۸	یک جانبه یا دوجانبه بودن پیام
۶۸	ترتیب ارائه‌ی پیام
۶۹	۳. به‌رمزد آوردن پیام
۷۰	نقش عوامل زمینه‌ای در ارتباطات

۷۱	نقش رسانه‌ها در اثربخشی ارتباطات سازمانی
۷۱	جهت جریان ارتباطات سازمانی
۷۱	الف) ارتباطات نزولی
۷۲	چند توصیه در مورد ارتباطات نزولی
۷۲	ب) ارتباطات صعودی
۷۳	چند توصیه در مورد ارتباطات صعودی
۷۳	پ) ارتباطات افقی
۷۳	ت) ارتباطات مورب (جانبی)
۷۳	موانع ارتباطات
۸۲	نمونه‌ای از اثر پیگمالیون در بانکداری
۸۳	تئوری چهار عاملی روزنتال در مورد اثر پیگمالیون
۸۴	اختلال در ارتباطات سازمانی پدیده‌ای عادی است یا غیرعادی؟!۱
۸۵	راهکارهای مؤثر برای کاهش چالش‌های ارتباطی
۸۶	انواع ارتباطات سازمانی از نظر رسمی یا غیر رسمی بودن
۸۷	۱. سیستم ارتباطات رسمی
۸۷	۲. سیستم ارتباطات غیررسمی
۸۹	تصورات غلط در ارتباطات سازمانی
۸۹	جمع‌بندی
۹۰	پرسش‌هایی برای اندیشیدن
۹۱	فصل چهارم تعارض و رفتارهای سیاسی در سازمان و گروه‌های سازمانی
۹۳	حل تعارض
۹۴	استراتژی ایجاد تعارض سازنده در سازمان
۹۴	۱. تغییر فرهنگ سازمانی
۹۵	۲. استفاده از افراد بیرون سازمان
۹۵	۳. تجدید نظر در ساختار سازمانی
۹۵	بروز رفتارهای سیاسی در سازمان
۹۸	تعارض و رابطه‌ی آن با چرخه‌ی حیات سیاسی سازمان
۱۰۰	بروز رفتارهای سیاسی در سطوح مختلف سازمانی
۱۰۱	انواع بازی‌های سیاسی در سازمان
۱۰۲	اشکال مختلف رفتارهای سیاسی در سازمان
۱۰۳	انواع سیستم‌های سیاسی در سازمان‌ها
۱۰۳	سیستم سیاسی بنیادگرا (رادیکال)
۱۰۴	سیستم سیاسی فردگرا
۱۰۵	سیستم سیاسی جمع‌گرا
۱۰۵	شیوه‌های حل تعارض در رویکرد جمع‌گرا
۱۰۷	سایر راهکارهای مقابله با سیاسی‌کاری و رفتارهای سیاسی در سازمان
۱۰۷	ظرفیت سیاسی

۱۰۸	جمع‌بندی
۱۰۸	پرسش‌هایی برای اندیشیدن

فصل پنجم پرخاشگری و خشونت در محیط کار و گروه‌های کاری

۱۱۱	تعریف پرخاشگری
۱۱۲	پرخاشگری
۱۱۳	خشونت
۱۱۳	خشونت مجرمانه
۱۱۳	تقلید پرخاشگری براساس نظریه‌ی یادگیری اجتماعی: یادگیری مشاهده‌ای
۱۱۴	فرضیه‌ی پالایش پرخاشگری
۱۱۵	فرضیه‌ی فاکامی - پرخاشگری
۱۱۶	پرخاشگری و خشونت در محیط کار
۱۱۷	رفتارهای ضد تولید و رفتارهای انحرافی در محیط کار
۱۱۹	بدرقتاری سرپرستان
۱۲۰	بررسی متغیرهای گوناگون در رابطه با رفتارهای انحرافی در پژوهش‌ها
۱۲۲	راهکارهای مناسب برای کاهش خشونت در محیط کار
۱۲۳	یک نمونه‌ی موفق
۱۲۳	جمع‌بندی
۱۲۴	پرسش‌هایی برای اندیشیدن

فصل ششم مذاکره در سازمان و گروه‌های سازمانی

۱۲۶	تعریف مذاکره
۱۲۷	عناصر مذاکره
۱۲۹	فرایند مذاکره
۱۳۰	ابزارهای مذاکره
۱۳۰	استراتژی دولن برای مذاکره
۱۳۰	مرحله‌ی ۱- همیشه آماده باشید
۱۳۰	مرحله‌ی ۲- قبل از این که مذاکره‌ی پایایی انجام بدهید معیارهای قطعی مذاکره را تعیین کنید
۱۳۱	مرحله‌ی ۳- برای توسعه‌ی راه حل‌های سودمند مشترک، با طرف‌های مذاکره به جای مخالفت همکاری کنید
۱۳۱	مرحله‌ی ۴- تمام قراردادها را نهایی کنید
۱۳۱	مرحله‌ی ۵- راه را ادامه بدهید
۱۳۱	تأثیر شرایط و عوامل موقعیتی و شخصیتی بر مذاکره
۱۳۱	۱- مکان
۱۳۲	۲- شرایط فیزیکی
۱۳۲	۳- گذر زمان
۱۳۲	۴- ویژگی‌های مخاطب
۱۳۴	ملاحظات پیرامون آخرین لحظه‌های حساس مذاکره

۱۳۵	سنجش اثربخشی یک مذاکره.....
۱۳۵	الگوهایی از مذاکرات اعضای سازمان.....
۱۳۶	۱- همایش‌های جستجوی آینده.....
۱۳۶	۲- جلسه‌ی رویارویی بک‌هارد.....
۱۳۷	۳- فعالیت‌های تعیین راهبرد در راستای تحول سازمان.....
۱۳۸	تمرین عملی.....
۱۳۸	۱- تهیه‌ی چک لیست پیش از مذاکره.....
۱۳۸	کارگروهی ۱.....
۱۳۹	۲- تهیه‌ی چک لیست بررسی روند مذاکره.....
۱۳۹	کارگروهی ۲.....
۱۳۹	۳- استفاده از شیوه‌های چانه زنی.....
۱۴۰	دلایل انجام چک حمایت از طریق چانه‌زنی.....
۱۴۱	کارگروهی ۳.....
۱۴۲	کارگروهی ۴.....
۱۴۳	جمع‌بندی.....
۱۴۳	پرسش‌هایی برای اندیشیدن.....
۱۴۵	فصل هفتم شخصیت در محیط کار.....
۱۴۶	نظریه‌های شخصیت.....
۱۴۶	۱. نظریه‌ی روانکاوی فروید.....
۱۴۷	ریشه‌ها و دامنه‌ی انتقال.....
۱۴۹	سه الگوی اصلی انتقال.....
۱۴۹	۱- انتقال آرمانی کردن.....
۱۵۰	۲- انتقال آینده‌ای.....
۱۵۲	۳- انتقال تعقیب و آزار.....
۱۵۳	۲- نظریه‌ی آیزنک.....
۱۵۳	۱. درون‌گرایان.....
۱۵۳	۲. برون‌گرایان.....
۱۵۴	۳. روان‌رنجوران.....
۱۵۴	۴. روان‌پریشان.....
۱۵۴	۳- نظریه‌ی مک‌کری و کوستا.....
۱۵۸	تیپ‌های شخصیتی.....
۱۵۸	۱- تیپ شخصیتی A.....
۱۵۹	۲- تیپ شخصیتی B.....
۱۵۹	۳- تیپ شخصیتی C.....
۱۶۰	۴- تیپ شخصیتی D.....
۱۶۰	۵- تیپ شخصیتی اقتدار طلب یا نوع F.....
۱۶۱	شخصیت ماکیاوولی، نمادی از تیپ F.....

۱۶۲	نظریه‌های شخصیتی مرتبط با شغل
۱۶۲	۱- نظریه‌ی دونالد سوپر
۱۶۵	۲- نظریه‌ی آنا رو
۱۶۵	۳- نظریه‌ی لیپست
۱۶۶	۴- نظریه‌ی میلر و فروم
۱۶۷	۵- نظریه‌ی هورلمان
۱۶۷	۶- نظریه‌ی جان هاولند
۱۶۹	۷- نظریه‌ی شرلی وایتر
۱۷۰	جمع بندی
۱۷۰	پرسش‌هایی برای اندیشیدن

فصل هشتم انگیزش در سازمان و گروه‌های کاری

۱۷۱	۱- نظریه‌ی X و Y مک‌گریگور
۱۷۲	۲- نظریه‌ی سلسله مراتب نیازهای مازلو
۱۷۴	۳- نظریه‌ی وجود-تعلق - رشد (E.R.G) آلدرفر
۱۷۶	۴- نظریه‌ی بهداشتی - انگیزشی (دو عاملی) هرزبرگ
۱۷۶	۵- مدل ویژگی‌های شغلی (JCM) هاگمن و اولدهام
۱۷۸	۶- نظریه‌ی نیازهای سه گانه‌ی مک‌کلند
۱۷۹	۷- نظریه‌ی برابری آدامز
۱۷۹	۸- نظریه‌ی انتظار ویکتور وروم
۱۸۰	۹- نظریه‌ی تعیین هدف لاک
۱۸۱	۱۰- نظریه‌ی کنترل کلاین
۱۸۲	۱۱- نظریه‌ی خودکارآمدی بندورا
۱۸۳	انگیزش درونی در مقابل انگیزش بیرونی
۱۸۵	بررسی یک پژوهش
۱۸۶	جمع بندی
۱۸۸	پرسش‌هایی برای اندیشیدن

فصل نهم مفهوم نگرش در محیط کار و گروه‌های کاری

۱۸۹	ویژگی‌های نگرش
۱۹۱	عوامل مؤثر بر شکل‌گیری نگرش‌ها
۱۹۱	تفاوت مفهوم نگرش با مفاهیم دیگر
۱۹۲	رابطه‌ی نگرش و رفتار
۱۹۳	الگوهای تغییر نگرش و اقتناع
۱۹۳	۱- نظریه‌ی محرک - پاسخ
۱۹۴	۲- نظریه‌ی کارل هاولند
۱۹۵	نظریه‌های مرتبط با نگرش
۱۹۵	۱- نظریه‌ی مشوق‌ها و تعارض‌ها

۱۹۵	۲- نظریه‌ی تعادل
۱۹۶	۳- نظریه‌ی توافق
۱۹۶	۴- نظریه‌ی ناهماهنگی شناختی
۱۹۷	ناهماهنگی شناختی چگونه کاهش می‌یابد؟
۱۹۹	الف: موقعیت‌های فردی
۱۹۹	- ناهماهنگی به‌عنوان نتیجه‌ی تصمیمات اتخاذ شده
۱۹۹	- ناهماهنگی ناشی از میل
۲۰۰	- ناهماهنگی ناشی از تلاش
۲۰۰	- ناهماهنگی ناشی از کار انجام شده
۲۰۰	ب: موقعیت‌های اجتماعی
۲۰۰	- ناهماهنگی ناشی از تقدم پیش‌بینی نشده‌ی محیط اجتماعی
۲۰۰	- ناهماهنگی ناشی از اختلاف با دیگران
۲۰۱	- ناهماهنگی ناشی از هم‌رنگی اجباری
۲۰۱	۵- نظریه‌ی فشار اجتماعی
۲۰۲	نگرش‌های مربوط به شغل و سازمان
۲۰۲	دلبستگی شغلی
۲۰۳	رضایت شغلی
۲۰۵	تعهد سازمانی
۲۰۶	مدل سه بخشی تعهد سازمانی آلن و مایر
۲۰۷	رضایت شغلی و تعهد سازمانی کدام یک پیش‌بین‌کننده‌ی است، مرغ اول است یا تخم مرغ؟
۲۰۸	عدالت سازمانی
۲۰۹	انواع عدالت سازمانی
۲۱۰	رفتارهای شهروندی سازمانی (مدنی سازمانی)
۲۱۱	ابعاد رفتارهای شهروندی سازمانی
۲۱۳	مقیاس‌های اندازه‌گیری نگرش
۲۱۳	۱- مقیاس لیکرت
۲۱۴	۲- مقیاس افتراق معنایی از گود
۲۱۴	۳- مقیاس ترستون
۲۱۴	۴- مقیاس گاتمن
۲۱۴	۵- مقیاس فاصله‌ی اجتماعی بوگاردوس
۲۱۵	جمع بندی
۲۱۵	پرسش‌هایی برای اندیشیدن

فصل دهم رهبری در سازمان‌ها و گروه‌های سازمانی ۲۱۷

۲۱۷	شکل‌گیری رهبری و اثربخشی رهبری
۲۱۹	مشکل تعریف دستاوردهای رهبری
۲۲۰	رهبران مخرب
۲۲۱	۱- رهبران خود کامه و مستبد (Tyrannical)

- ۲۲۱..... ۲- رهبران افسارگسیخته (از خط خارج شده) (Derailed).....
- ۲۲۱..... ۳- رهبران پشتیبان اما پیمان شکن (Supportive-Disloyal).....
- ۲۲۱..... تفاوت اصطلاح رهبر با اصطلاح مدیر یا سرپرست.....
- ۲۲۲..... آمیختگی نقش‌های رهبری و مدیریتی.....
- ۲۲۴..... هدف افراد برای رهبر شدن.....
- ۲۲۷..... نظریه‌ی بزرگ مرد.....
- ۲۲۷..... رویکرد صفات.....
- ۲۲۸..... رویکرد رفتاری.....
- ۲۲۸..... بررسی‌های صورت گرفته در دانشگاه دولتی اوهایو.....
- ۲۲۸..... بررسی‌های صورت گرفته در دانشگاه میشیگان.....
- ۲۲۹..... رویکرد اقتضایی.....
- ۲۳۰..... الگوی مشارکتی وروم-بتون.....
- ۲۳۱..... رهبری مبادله‌ای.....
- ۲۳۲..... رهبری تحول‌آفرین.....
- ۲۳۳..... رهبری خدمتگوار.....
- ۲۳۴..... رهبری اخلاق‌گرا.....
- ۲۳۵..... مربیگری در سازمان‌ها: رهبر و مدیر هر نقش مربی.....
- ۲۳۷..... مدل‌های فرایند مربیگری.....
- ۲۳۸..... مدل بالینی.....
- ۲۳۸..... مدل رفتاری.....
- ۲۳۹..... مدل سیستمی.....
- ۲۳۹..... مدل ساخت‌گرایی اجتماعی.....
- ۲۴۳..... توانایی‌ها و مهارت‌های یک مربی خوب.....
- ۲۴۳..... توانایی‌ها.....
- ۲۴۳..... مهارت‌ها.....
- ۲۴۴..... جمع‌بندی.....
- ۲۴۴..... پرسش‌هایی برای اندیشیدن.....
- ۲۴۵..... فصل یازدهم از جو آموزشی تا یادگیری سازمانی.....
- ۲۴۷..... جو.....
- ۲۴۷..... معرفی مفاهیم جو روانشناختی، جوسازمانی و جو آموزشی.....
- ۲۴۸..... ابعاد جو آموزشی.....
- ۲۴۹..... عوامل تسهیل‌کننده انتقال آموزش در یک جو آموزشی حمایتگر و مساعد.....
- ۲۴۹..... ۱- ویژگی‌های یادگیرنده.....
- ۲۴۹..... ۲- نکات مؤثر بر انتقال آموزش.....
- ۲۴۹..... ۳- جو و شرایط محیط کار.....
- ۲۵۰..... مراحل مختلف فرایند آموزش.....
- ۲۵۰..... الف- تشخیص نیازهای آموزشی (نیازسنجی برای آموزش).....

۲۵۰	۱) گردآوری اطلاعات و داده‌ها
۲۵۱	۲) دسته بندی اطلاعات
۲۵۱	۳) ایجاد فهرستی از فعالیت‌ها با توجه به اطلاعات به دست آمده از مرحله‌ی قبلی
۲۵۱	نیازسنجی آموزشی
۲۵۱	مفهوم نیاز
۲۵۲	۱. نیاز به عنوان فاصله بین وضع موجود و وضع مطلوب
۲۵۲	۲. نیاز به عنوان یک خواست یا ترجیح
۲۵۳	۳. نیاز به عنوان یک عیب
۲۵۳	۴. برداشت ترکیبی
۲۵۳	اهداف نیازسنجی
۲۵۴	اصول تداوم و جامعیت در نیازسنجی
۲۵۵	فنون نیازسنجی
۲۵۵	فن دلفی
۲۵۶	مراحل کار
۲۵۷	فن بارش مغزی (طوفان مغزی)
۲۵۹	فن تحلیل میدان نیروها
۲۶۰	فن درخت خطا (F.T.T)
۲۶۱	ب- تعیین اهداف آموزشی
۲۶۱	ایجاد فهرستی از فعالیت‌ها
۲۶۲	پ- روش‌های آموزش
۲۶۲	۱) روش‌های آموزشی در محیط کار
۲۶۳	۲) روش‌های آموزش خارج از محیط کار
۲۶۵	ت- برنامه ریزی برای برگزاری دوره‌ی آموزشی
۲۶۵	ث- اجرای دوره‌ی آموزشی
۲۶۵	ج- ارزیابی میزان اثربخشی دوره‌ی آموزشی برگزار شده
۲۶۶	یادگیری سازمانی
۲۶۶	یادگیری
۲۶۷	یادگیری سازمانی
۲۶۸	فرآیند یادگیری سازمانی از نظرها
۲۶۸	فرآیند یادگیری سازمانی براساس الگوی شناخت اجتماعی
۲۶۹	سازمان یادگیرنده
۲۷۰	ویژگی‌های سازمان یادگیرنده
۲۷۰	۱. قابلیت شخصی
۲۷۰	۲. الگوهای ذهنی
۲۷۰	۳. چشم انداز مشترک
۲۷۰	۴. یادگیری تیمی
۲۷۱	هرویکرد تفکر سیستمی
	نقش جو آموزشی در بستر سازی تفکر سیستمی در سازمان مبتنی بر مدل برازنده-آتش‌پور-گل پرور- دیباجی(فدل)

۲۷۱	باگد).....
۲۷۳	مدل سیستمی سازمان یادگیرنده.....
۲۷۴	زیر سیستم اول: یادگیری.....
۲۷۴	۱- یادگیری تک حلقه‌ای.....
۲۷۴	۲- یادگیری دو حلقه‌ای.....
۲۷۴	۳- یادگیری سه حلقه‌ای.....
۲۷۴	زیر سیستم دوم: سازمان.....
۲۷۴	- چشم انداز.....
۲۷۵	- فرهنگ.....
۲۷۶	- استراتژی.....
۲۷۶	- ساختار.....
۲۷۶	زیر سیستم سوم: افراد.....
۲۷۷	- رهبری.....
۲۷۷	رهبر در نقش یک مربی الهام بخش.....
۲۷۷	- کارکنان.....
۲۷۸	- مشتری.....
۲۷۸	- شرکا و هم‌بهمانان شرکت.....
۲۷۸	- جامعه.....
۲۷۸	زیر سیستم چهارم: دانش.....
۲۷۹	زیر سیستم پنجم: فناوری.....
۲۷۹	یادگیری سازمانی و سازمان یادگیرنده.....
۲۸۰	دانشگران در سازمان‌های یادگیرنده.....
۲۸۰	انواع دانشگران.....
۲۸۱	اصول اداره دانشگران.....
۲۸۲	رابطه یادگیری سازمانی و اثربخشی سازمانی.....
۲۸۲	جمع بندی.....
۲۸۳	پرسش‌هایی برای اندیشیدن.....
۲۸۵	منابع:.....