

بازاریابی به سبک ایرانی
زندگی بر پایه گفته ها
تجلیقات و نکات برای جهش
اصول بازاریابی در بانکداری
تجلیقات جدید : فروش جهانی

از همین مولف بزودی منتشر خواهد شد

؟؟؟؟

از همین مولف به تازگی منتشر شده است

خالق پول

بازاریابی

گام به گام تا بازار

زندگی مورفی ، قوانین مورفی

گام به گام تا تبلیغات

دایره المعارف کاربردی مدیران

جهت اخذ نمایندگی فروش محصولات ، درخواست خود را به نمابر

۰۵۱۱ - ۰۵۱۹۵۲۲ و یا پست الکترونیک info@emkanco.com

ارسال و یا با شماره ۰۵۱۱ - ۰۵۱۶۶۴۱ تماس حاصل فرمایید.



روزهایی است که در آغوش باد ، آزاد و آرام آرمیده ام و نفس در نفس
باد میکشم!

معنای آنچه بر ایمن مقدر شده است را نمی فهمم اما لذت داشتنش آنقدری
است که نمی خواهم به فردایش فکر کنم ، فقط می خواهم همان لحظه را
آنچنان خوش باشم که ...

زندگی بر ایمن پرشی بود از روی خواسته ها ، فتح قله ها و حفظ داشته ها ،
اما نمی دانم این یک کدام مفهوم را در خود جای داده است؟!!

حال و روزم بد نیست ، شاد است! چنان بی نیاز از زمان و زمین هستم که
گویی پای در خاک ننهاده ام و بر فراز آسمان همچون سبک بالان قدم
می زنم! می خوابم بدون اینکه دغدغه فردا را داشته باشم! می خندم
بدون آنکه نگران فردای خنده هایم باشم! می ایستم بی آنکه در اندیشه
کاروانیان پشت سر باشم! می دوم بی آنکه چشم در رقیبان داشته باشم!
پس به آنچه بر من عطا شده است با غرور می بالم!

... کتاب حاضر را تقدیم می کنم به خانواده ام که وجودشان بر ایمن سرمایه
ابدی است!

تقدیم می کنم به یکایک بزرگوارانی که همیشه مرا در لحظه لحظه ایام
پذیرفتند و بر ایمن منشاء اثر بودند تا بتوانم با تکیه بر توان خود مایه
غرورشان باشم!

تقدیم می کنم به ...

سرشناسه : شیخ زاده ، علی ، ۱۳۶۰

عنوان و نام پدیدآورنده : دایره المعارف کاربردی مدیران / علی شیخ زاده

مشخصات نشر : مشهد : امکان امروز ایرانیان ۱۳۸۹

مشخصات ظاهری : ۲۴۰ ص ، مقبوره (بجین رنگی) ، جدول ، نمودار : ۱۲×۲۱ س م

شابک : ۹۷۸ - ۹۶۴ - ۵۴۰ - ۵۸۵۸۰۴

وضعیت فهرست نویسی : فیا

موضوع : تحول سازمانی ، مدیریت

رده بندی کنگره : ۱۳۸۹ ۸۵۳ ش ۲ ف / ۳۷

رده بندی دیویی : ۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی : ۲۰۸۷۵۲۹

دایره المعارف کاربردی مدیران

مولف : علی شیخ زاده

حامی : بانک تجارت

نشر : امکان امروز ایرانیان

گرافیک : کانون آگهی و تبلیغات گام به گام

ناظر اجرایی : سمیه ریاحی

ویراستاری : تکتم حیدرزاد

تأیید : الهام محمدی منش

شمارگان : ۳۰۰۰ جلد

چاپ : اول

چاپخانه : پارس

ناظر فنی چاپ و صحافی : حسین فرشته پور

قیمت : ۵۸۰۰۰ ریال



کلیه حقوق قانونی ، شرعی و معنوی برای مولف و ناشر محفوظ است.

مشهد ، صندوق پستی ۱۳۷۷ - ۹۱۸۹۵ تلفن : ۵۰۱۶۶۴۱ - ۵۰۱۹۵۲۲ - ۵۵۱۱

www.emkanco.com

info@emkanco.com

فهرست مطالب

۱	گسترش عملکرد کیفیت (QFD) (QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT)
۱	مدیریت جامع کیفیت (TQM) (TOTAL QUALITY MANAGEMENT)
۲	سازمانهای بوفالویی و غازی
۵	اینترنت، اینترانت، اکسترانت
۵	بازاریابی گروهی
۶	بازاریابی پارتیزانی (GUERRILLA MARKETING)
۷	تبلیغات و اهداف آن
۹	ویژگی های تبلیغات تجاری متمایز و مناسب
۱۰	چرخه (PDCA)
۱۰	5S در مسیر افزایش کارایی سیستمها
۱۱	کایزن (KIZEN)
۱۱	تولید بدون نقص (ZD)
۱۱	الگو برداری (BENCHMARKING)
۱۲	شاخص سیاست گذاری (OEE)
۱۳	بهره وری (PRODUCTIVITY)
۱۳	تعمیرات و نگهداری ماشین آلات (MAINTENANCE)
۱۳	اندیشه های مایکل همپر (MICHAEL HAMMER)
۱۴	مهندسی ارزش (VALUE ENGINEERING)
۱۴	انبار (WAREHOUSE)
۱۴	کیفیت (QUALITY)
۱۵	مدرسه هوشمند (SMART SCHOOL)
۱۶	بارکد (BARCODE)
۱۶	مدیریت ارزش فراگیر (TVM)
۱۶	هفت ابزار کنترل کیفیت (SEVEN TOOLS OF QUALITY CONTROL)
۱۷	تاگوچی
۱۸	تابع زیان (LOSS FUNCTION)
۱۹	۱۴ قدم رویکرد کرازبی
۱۹	مدیریت کیفیت جامع (TQM)
۲۱	ایزو (ISO)
۲۲	استاندارد FAMI-QS
۲۲	استاندارد ISO 22000

۲۳	مدل تعالی سازمانی (EFQM)
۲۴	نظام مدیریت کیفیت (EAQF)
۲۵	استاندارد (QS9000)
۲۷	استاندارد (OHSAS 18801)
۲۷	استاندارد (ISO/TS 16949)
۲۹	استاندارد ISO 14000
۲۹	استاندارد HACCP
۳۱	کیفیت ، مجانی است یعنی چه ؟
۳۱	ابعاد کیفیت
۳۲	تضمین کیفیت
۳۲	کنترل کیفیت
۳۲	استانداردهایی که کمتر با آنها آشناییم
۳۲	مدلهای جهانی ارزیابی کیفیت
۳۴	استاندارد PMBOK
۳۵	دانشهای نه گانه مدیریت پروژه (PMBOK)
۳۵	آشنایی با افکار دمیگ (DEMING)
۳۶	افکار دمیگ
۴۰	چهارچوب نظری دمیگ
۴۰	الزامات مدل دمیگ
۴۲	اصول چهارده گانه دمیگ
۴۳	ابزارهای آماری کنترل کیفیت
۴۴	رسم نمودار علت و معلول
۴۴	تکنیک M4
۴۴	تکنیک P4
۴۵	تکنیک S4
۴۶	برخی نکات در زمینه علت و معلول
۴۶	جلسات توفان فکری
۴۷	نمودار پارتو
۴۷	چگونگی رسم نمودار پارتو
۴۸	نمودارهای کنترل
۴۹	تحلیل میدان نیرو
۴۹	قدرت انتقاد (POWER OF CRITIC)
۵۴	صدای مشتری (VIOCE OF CUSTOM)

۵۴	نظریه بوروکراسی (BUREAUCRACY THEORY)
۵۶	مفروضات نظریه X
۵۶	مفروضات نظریه Y
۵۷	ویژگی سبک های مورد استفاده بر مبنای مفروضات X و Y
۵۸	نظریه سیستمی (GENERAL SYSTEM THEORY)
۶۰	نظریه اصول گرایان (THE PROCESS THEORY OF MANAGEMENT)
۶۳	نظریه روابط انسانی
۶۷	نظریه اقتضایی (CONTINGENCY THEORY)
۷۱	نظریه علم مدیریت (THE MANAGERIAL ROLES THEORY)
۷۲	نظریه نقشهای مدیریتی
۷۵	نظریه عوامل بهداشت روانی و انگیزاننده ها
۷۶	نظریه شخصیت و سازمان
۷۷	نظریه برابری (ADAMS' EQUITY THEORY)
۷۹	نظریه نیازهای انسانی
۸۰	نظریه سلسله مراتب نیازها
۸۱	نظریه تقویت و اصلاح رفتار
۸۴	نظریه آشوب
۸۵	نظریه یادگیری سازمانی
۸۷	نظریه انتظار
۸۸	اصل پیتر (اصل بی کفایتی)
۹۰	نظریه هدف گذاری (GOAL-SETTING THEORY)
۹۲	قانون پارکینسون (PARKINSON THEORY)
۹۳	مدل پنجره ی جوهری، الگوی معروف
۹۳	پنجره جوهری ، محتاج
۹۴	شرح تکمیلی پنجره جوهری
۹۶	نظریه ی لوئر گیولیک و لیندال ارویک
۹۷	تئوری Z
۹۸	مدیریت ABC (ABC MANAGEMENT)
۹۹	سیستم PRICE
۹۹	قاعده ایدکا (AIDCA)
۱۰۰	به کارگیری قاعده ایدکا
۱۰۰	شبکه مدیریت سه بعدی (ریدینگ)
۱۰۰	نظریه ی اقتضایی (فیدلر)

تئوری مسیر ، هدف (جان هوس).....	۱۰۱
تئوری مسیر.....	۱۰۱
نظریه ی دوره زندگی (هرسی و بلانچارد).....	۱۰۱
نظریه ی مدل تجویزی رهبری.....	۱۰۲
نظریه ی جانشین های رهبری.....	۱۰۳
استراتژی اثربخش (EFFECTIVE STRATEGY).....	۱۰۳
استراتژی و برنامه.....	۱۰۴
ساختار تحلیلی استراتژی.....	۱۰۵
فرصت یابی.....	۱۰۶
تحلیل گلوگاه ها.....	۱۰۸
راه یابی استراتژیک.....	۱۰۹
تکوین استراتژی.....	۱۰۹
استراتژی اثربخش (۲).....	۱۱۰
برنامه ریزی و پیش بینی.....	۱۱۱
فرآیند برنامه ریزی.....	۱۱۱
۵ ویژگی اهداف سازمان.....	۱۱۱
مدیریت بر مبنای هدف.....	۱۱۲
فرآیند مدیریت بر مبنای هدف.....	۱۱۲
برنامه ها.....	۱۱۲
انواع برنامه.....	۱۱۳
پیش بینی.....	۱۱۳
سیاست (POLICY).....	۱۱۴
تاکتیک (TACTIC).....	۱۱۶
تعیین تاکتیک.....	۱۱۶
تفاوت استراتژی و تاکتیک.....	۱۱۷
تفکر استراتژیک (STRATEGIC THINKING).....	۱۱۸
تفکر استراتژیک ، برنامه ریزی استراتژیک.....	۱۲۰
تیم اوشاناسی (O'SHANNASSY).....	۱۲۱
مفاهیم پایه مدیریت استراتژیک.....	۱۲۲
استراتژی های ژنریک (عمومی) مایکل پورتر.....	۱۲۲
استراتژی های یکپارچگی.....	۱۲۶
روش.....	۱۲۷
برنامه و بودجه.....	۱۲۸

۱۲۹	تاکتیک (رهیافت)
۱۲۹	استراتژی و سیاست
۱۳۱	اهمیت استراتژی و فواید آن برای سازمان
۱۳۴	تعریف و محتوای استراتژی سازمان
۱۳۷	استراتژی جودویی
۱۳۸	تسلط بر حرکت
۱۴۱	کنترل تعادل
۱۴۵	تسلط بر قدرت اهرمی
۱۴۷	جودو استراتژیست ها: مدیران سطح پنجم
۱۵۰	استراتژی رهبری هزینه ها
۱۵۱	استراتژی متمایز ساختن محصول یا خدمت
۱۵۱	استراتژی تمرکز بر محصول یا خدمت خاص
۱۵۳	کارآفرینی
۱۵۴	ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان
۱۵۴	۱۰ گام به سوی سازمان خلاق
۱۵۶	بازخور ۳۶۰ درجه
۱۶۰	علل رواج بازخور ۳۶۰ درجه
۱۶۲	عدم ثبات در ساختار و فرآیندهای سازمان
۱۶۳	مراحل فرآیند بازخور ۳۶۰ درجه
۱۶۵	کاربردهای بازخور ۳۶۰ درجه
۱۷۰	تجارت الکترونیک
۱۷۰	انواع تجارت الکترونیک
۱۷۱	بانکداری الکترونیک
۱۷۱	شاخه های بانکداری الکترونیک
۱۷۲	خودپرداز ATM
۱۷۳	امضا شناسی (ENDORSEMENT)
۱۷۳	نقاشی بچه ها (در مسیر شناخت کودک درون افراد)
۱۷۵	راه های بدست آوردن آرامش
۱۷۷	۱۰ پله تا آرامش
۱۸۰	نکاتی در مورد خنده و خوشحالی
۱۸۰	استرس
۱۸۰	مهار و مقابله با استرس
۱۸۲	اهداف مدیریت اجرایی (MBA)

۱۸۳	تعریف و هدف گرایش MBA
۱۸۳	برنده ، برنده بیاندیشید (WINNER - WINNER)
۱۸۵	انواع تفکر در ارتباطات انسانی
۱۸۷	سیستم تولید به هنگام (JUST IN TIME)
۱۸۸	تاریخچه تولید به موقع
۱۸۸	عناصر تولید به موقع
۱۸۹	اهداف اصلی تولید به موقع
۱۹۰	محدودیت‌های سیستم تولید به موقع
۱۹۰	پیش نیازهای یک برنامه JIT
۱۹۰	برنامه ریزی سیستم تولید به موقع
۱۹۱	رویکردها و اصول سیستم تولیدی JIT
۱۹۱	رویکرد مدیریت تولیدی JIT
۱۹۲	رویکرد مدیریت موجودی های JIT
۱۹۳	رویکرد مدیریت کیفیت سیستم JIT
۱۹۴	عامل زمان و سرعت در JIT
۱۹۵	مدیریت کارخانه برای تولید به موقع
۱۹۶	اندازه گیری کارایی در JIT
۱۹۷	مدیریت ارتباط با مشتری CRM
۱۹۷	اهداف CRM
۱۹۷	مفهوم CRM
۱۹۸	اجزای CRM
۱۹۸	تعریف جامع از مدیریت روابط با مشتریان
۱۹۹	اصطلاحات جایگزین برای CRM
۱۹۹	بازارشناسی
۱۹۹	مدل 4C برای بازار شناسی
۱۹۹	تعریف بازاریابی (MARKETING)
۱۹۹	مدل 4P برای بازار سازی
۲۰۰	AIDAS در صادرات و بازاریابی
۲۰۰	اعتبار نامه (L/C) یا (LATTER OF CREDIT)
۲۰۱	فرم S.A.D در گمرک
۲۰۱	فرم CRF در گمرک
۲۰۱	معامله BAY BACK
۲۰۱	فرم SD

۲۰۱	MD
۲۰۱	گواهی SFR
۲۰۱	منطقه آزاد تجاری ، صنعتی
۲۰۲	کشورهای CIS (کشورهای مستقل مشترک المنافع)
۲۰۲	بازارچه های مرزی
۲۰۲	روش خریدهای متقابل
۲۰۲	ورود موقت
۲۰۳	اصطلاحات اینکوترمز
۲۰۳	مراحل انجام صادرات
۲۰۴	روش های پرداخت در معاملات تجاری
۲۰۴	برات ارزی (B/E) یا (BILL OF EXCHANGE)
۲۰۴	فایناسی (FINANCE)
۲۰۴	کنتوانسیون های حمل و نقل
۲۰۵	محاسبه ارزش CIF کالا
۲۰۵	ترانزیت
۲۰۵	ترخیص گمرکی
۲۰۵	اظهار نامه گمرکی
۲۰۵	کابوتاژ
۲۰۶	حق العمل کاری گمرکی
۲۰۶	تعرفه
۲۰۶	سیستم های اطلاعات مدیریت (MIS)
۲۰۶	تعریف سیستم اطلاعات مدیریت
۲۰۷	مفهوم سیستم اطلاعات مدیریت
۲۰۸	فناوری اطلاعات (IT: INFORMATION TECHNOLOGY)
۲۰۸	تعریفی از فناوری اطلاعات
۲۰۸	یک مثال ساده از فناوری اطلاعات و تکنولوژی آن
۲۰۹	ملل عقب مانده
۲۱۰	مهندسی مجدد (RE-ENGINEERING)
۲۱۱	قواعد مهندسی مجدد
۲۱۱	ویژگی ها و مزایای مهندسی مجدد
۲۱۳	اصل پارتو
۲۱۳	چگونگی رسم پارتو
۲۱۵	نمودار پارتو را چگونه به کار ببریم

۲۱۶	برنامه ریزی منابع سازمانی (ERP : ENTERPRISE RESOURCE PLANING)
۲۱۷	برنامه ریزی احتیاجات و مواد (MRP: MATERIAL REQUIREMENT PLANNING)
۲۱۷	برنامه ریزی احتیاجات و مواد تکامل یافته (MRPII)
۲۱۸	تاریخچه پیدایش (MRPII)
۲۱۸	تعاریف و نظرات مختلف از MRPII
۲۱۹	اصول و اهداف سیستم MRPII
۲۱۹	خصوصیات سیستم MRPII
۲۲۰	برنامه ریزی احتیاجات منابع (RRP)
۲۲۰	برنامه ریزی احتیاجات ظرفیت (CRP)
۲۲۰	تفاوت های CRP و RCCP
۲۲۱	اجرای سیستم MRPII
۲۲۱	محدودیت های سیستم MRPII
۲۲۲	شش سیگما (6 SIGMA)
۲۲۲	تعریف تحلیل SWOT
۲۲۴	فرصت ها
۲۲۴	تهدید ها
۲۲۵	قوت ها
۲۲۵	ضعف ها
۲۲۵	رازهای موفقیت یک فروشنده خوب
۲۲۸	ویژگیهای یک مدیر موفق
۲۳۱	سبک های رهبری
۲۳۲	فهرست منابع و مآخذ