

بالسم دوست

نگرش‌های جدید مدیریت

درس سال ۲۰۱۸

علیرضا آراسته

(مدرس رسمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور)

نشر قلم مهر

سرشناسه: آراسته، علیرضا، ۱۳۵۱ -

عنوان و نام پدیدآور: نگرش‌های جدید مدیریت در سال ۱۳۸۰/۲۰ علیرضا آراسته.

مشخصات نشر: زنجان: قلم مهر، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری: ۱۰۴ ص.

شابک: ۲۵۰۰۰۰ ریال: ۱-۸۸-۸۴۹۴-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: بازاریابی اینترنتی

موضوع: Internet marketing

رده بندی کنگره: ۱۳۹۷ آ ۳۵۱/۸ ن ۱۲۶۵/۱۵ HF۵۴۱۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲

شماره شابک ملی: ۵۳۵۹۳۳۷



انتشارات قلم مهر

www.tabrizi.ir

نگرش‌های جدید مدیریت در سال ۱۳۸۰

مؤلف: علیرضا آراسته

ناشر: انتشارات قلم مهر

شابک: ۱-۸۸-۸۴۹۴-۶۰۰-۹۷۸

نوبت چاپ: اول / پاییز ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ و صحافی: پیشگام

قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

فهرست

فصل اول: عوامل بازاریابی استراتژیک رسانه اجتماعی.....	۵
چکیده.....	۶
۱- مقدمه.....	۷
۲- چارچوب فرضی.....	۹
۱ - ۲ اهداف و نتایج بازاریابی رسانه اجتماعی.....	۹
۲ - ۲ شرایط محدودیتی بازاریابی رسانه اجتماعی مفید.....	۱۰
۳ - ۲ نیاز به یک شیوه بازاریابی رسانه اجتماعی کل نگرانه.....	۱۲
۱ - ۴ ادوب شناسی.....	۱۴
۱ - ۳ نمونه داده‌های جمع آوری شده.....	۱۵
۲ - ۳ تمایز داده‌ها.....	۱۷
۴- دستاوردها.....	۱۷
۱ - ۴ هدف از بازاریابی رسانه اجتماعی: مدافعین نسبت به کاوشگران.....	۲۲
۲ - ۴ فرهنگ بازاریابی رسانه اجتماعی: محافظه کاری نسبت به نوین گرایی.....	۲۶
۳ - ۴ ساختار بازاریابی رسانه اجتماعی: سلسله مراتب شبکه‌ها.....	۲۸
۴ - ۴ نظارت بر بازاریابی رسانه اجتماعی: حکمت مطلق نسبت به بی قانونی.....	۳۰
۵- استدلال و الزامات.....	۳۲
۱ - ۵ تعریف جدیدی از بازاریابی رسانه اجتماعی.....	۳۳
۲ - ۵ الزامات هدف از بازاریابی رسانه اجتماعی.....	۳۴
۳ - ۵ الزامات فرهنگ بازاریابی رسانه اجتماعی.....	۳۵
۴ - ۵ الزامات ساختاری بازاریابی رسانه اجتماعی.....	۳۵
۵ - ۵ الزامات نظارت بر بازاریابی رسانه اجتماعی.....	۳۶
۶- محدودیت‌ها و تحقیقات آینده.....	۳۸
۷- نتیجه‌گیری.....	۳۹

فصل دوم: تعریف کیفیت محصول توسط مشتری ۴۵

چکیده ۴۶

۱- مقدمه ۴۷

۲- معرفی متد کانو ۴۸

۳- پیاده سازی بررسی کانو ۵۷

۱-۲- تهیه و طراحی پرسشنامه ۵۸

۲-۳- تست پرسشنامه ۶۲

۳-۳- توزیع پرسشنامه ۶۳

۲-۳- پردازش داده ها ۶۵

۳-۵- آنالیز نتایج ۶۶

فصل سوم: مدیریت منابع انسانی الکترونیکی در یک محیط تجارت الکترونیک ۷۱

چکیده ۷۲

از HRM به E-HRM ۷۳

تمایلات خارجی و چالش های درونی برای E-HRM ۷۸

روش تحقیق ۷۸

نتایج دلفی: شناسایی گرایشات خارجی و چالش های درونی ۷۹

نتایج بررسی: گرایشات و چالش های اصلی در ۱۰۰۰ شرکت نوردین آلمانی ۹۳

نتایج بررسی: چالش ها و گرایشات اصلی در SMEs آلمان ۹۴

نتایج بررسی: چالش ها و گرایشات اصلی در سازمان های T آلمان ۹۴

مفاهیم تحقیق E-HRM ۹۵

سوالات تحقیق باز برای تحقیق E-HRM ۹۵

مفاهیمی برای تحقیق CPR ۹۹

شماره ویژه در مورد مدیریت منابع انسانی الکترونیک ۱۰۱

منابع ۱۰۴