

زبان تخصصی مدیریت

(برای دانشجویان مدیریت دولتی، بازرگانی، صنعتی و اجرایی)

تألیف:

دکتر رضا رسوای

(مدرس دانشگاه)

و

دکتر فرهاد نژاد ایرانی

(عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی)

تابستان ۱۳۹۴

سرشناسه	رسولی، رضا، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	زبان تخصصی مدیریت (برای دانشجویان مدیریت دولتی، بازرگانی، صنعتی و اجرایی)
مشخصات نشر	تبریز: انتشارات پژوهش‌های دانشگاه، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	۲۴۲ ص: جدول
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۹۵۲۹۳-۹-۱
وضعیت فهرستنویسی	فیپای مختصر
یادداشت	فهرستنویسی کامل این اثر در نشانی: http://apac.nlai.ir قابل دسترسی است.
شناسه افزوده	نژاد ایرانی، فرهاد، ۱۳۵۱ -
شماره ثبت کتابخانه ملی	۳۸۷۵۶۰۴

عنوان کتاب:

زبان تخصصی مدیریت

مؤلف: دکتر رضا رسولی، دکتر فرهاد نژاد ایرانی

ناشر: انتشارات پژوهش‌های دانشگاه

طراحی روی جلد: فرزین جهانگیری / شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

صفحات و قطع: وزیری ۲۴۲ صفحه / چاپ: اول / حروفچینی: آذین کامپیوتر

لیتوگرافی: نگین فیلم / چاپ: اعظم / صحافی: پاندا / قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال

مرکز پخش تهران: روبروی درب اصلی دانشگاه تهران - پلاک ۳۳۲ جامعه‌شناسان - تلفن: ۰۲۱ - ۶۶۰۰۰۰۵۱

آدرس انتشارات پژوهش‌های دانشگاه: تبریز - چهارراه آبرسان - برج بلور - پلاک ۳۹

تلفن: ۰۹۱۴۶۱۴۳۴۵ - ۰۴۱ - ۳۳۲۶۲۱۱۶ - ۰۴۱ - ۰۹۱۴۶۱۴۳۴۵

آدرس اینترنتی: www.pajohesh-Daneshgah.ir

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۹۵۲۹۳ - ۹ - ۱

حق چاپ برای انتشارات پژوهش‌های دانشگاه محفوظ است

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
درس اول: سازمان و مدیریت	۱۱
درس دوم: روکرد کلاسیک مدیریت	۲۳
درس سوم: رویکرد رفتاری مدیریت	۳۳
درس چهارم: رویکردهای معاصر مدیریت	۴۱
درس پنجم: تئوری های نیاز انگیزش	۴۹
درس ششم: تئوری های درمان و ارزش	۵۷
درس هفتم: مدیریت منابع انسانی	۶۵
درس هشتم: بازاریابی	۷۹
درس نهم: تبلیغات	۸۷
درس دهم: استراتژی های قیمت گذاری	۹۵
درس یازدهم: زنجیره های تأمین و کانال های توزیع	۱۰۱
درس دوازدهم: مدیریت استراتژیک	۱۰۹

آغاز سخن

در عصر پست مدرنیسم، ارتباطات، اطلاعات، و جهانی شدن امروز، ضرورت یادگیری زبان انگلیسی برای خواندن و درک و چون تخصصی مدیریت، برای اساتید، دانشجویان و مدیران اجرایی اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. یادگیری و دانستن زبان تخصصی مدیریت، باعث دسترسی و بهره‌گیری آسان‌تر، کم‌هزینه‌تر و معیشت‌تر اساتید و دانشجویان از آخرین یافته‌های تحقیقاتی، نظریه‌های علمی، کتاب‌ها و مقالات علمی منتشر شده در دنیا و موضوع‌های متنوع و مورد نیاز در حوزه‌ی سازمان و مدیریت می‌گردد. در واقع، این آگاهی و مطالعات، ضمن گسترش مبانی نظری (علمی) و دانش مدیریت در کشور، باعث افزایش شناخت اساتید، دانشجویان و مدیران اجرایی کشورمان از تجارب و مصادیق عملی تئوری‌ها و ابداعات سایر جوامع در حوزه‌ی سازمان و مدیریت شده و نگرش و دید جهانی اساتید، دانشجویان (مدیران آینده) و مدیران اجرایی را توسعه می‌دهد.

به اعتقاد اندیشمندان مدیریت، یکی از ویژگی‌های بارز مدیران و رهبران اجرایی فراملیتی و جهانی در عصر دانش و دانایی و ارتباطات امروز، همانا یادگیری و دانستن زبان انگلیسی در مدیریت - که زبان بین‌المللی و متداول و شناخته شده در دنیاست - می‌باشد. همچنین به لحاظ کمبود و فقر شدید منابع و متون جامع مدیریتی به زبان فارسی در

کشورمان ایران، اساتید، دانشجویان و محققان می‌توانند یا یادگیری زبان تخصصی مدیریت، به آسانی به سایت‌های مختلف اینترنتی و پایگاه‌های اطلاعاتی جهانی مراجعه نمایند و از هزاران منابع و متون تخصصی مدیریتی اعم از یافته‌های تحقیقاتی کتاب‌ها و مقالات خارجی استفاده کنند.

با وجود چنین اهمیتی که آموختن زبان تخصصی مدیریت در دنیای کنونی برای اساتید، دانشجویان و مدیران اجرایی دارد، متأسفانه در دانشگاه‌های کشور ما، درس زبان تخصصی مدیریت از تعداد واحدهای کمی برخوردار بوده و حتی در دوره تحصیلات تکمیلی نیز بهای لازم و کافی به متون انگلیسی مدیریتی که منابع مادر و دست‌اول می‌باشند داده نمی‌شود، طوری که حتی خیلی از دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری تخصصی نیز، توان در مهارت خواندن و ترجمه کردن متن‌های انگلیسی مدیریتی را ندارند؛ و از طرف دیگر، منابع و مآخذ انگلیسی در خصوص یادگیری و یاددهی زبان تخصصی مدیریت در کشورمان به چشم می‌خورد. لذا می‌توان گفت همین امر، انگیزه اصلی تألیف کتاب حاضر با عنوان «زبان تخصصی مدیریت» در سطح مقدماتی و پیشرفته، توسط مؤلفان بوده است.

در گذشته، روش تدریس «زبان تخصصی مدیریت» به صورت سنتی در قالب ترجمه دو یا سه فصل از کتاب‌های انگلیسی مدیریت و یا یک جزوه محدود چند صفحه‌ای بود که دانشجویان موظف و مکلف به ارائه ترجمه در پایان ترم به صورت امتحان بوده‌اند؛ آنچه مسلم است این است که در روش سنتی، دانشجویان نقشی مهم در کلاس را ایفاء می‌نموده‌اند و از طرفی معمولاً سعی داشتند که بدون اینکه به طیف کامل مطالب از نظر مفهومی و به صورت اصولی و ریشه‌ای آگاهی پیدا کنند، فقط مطالب را قبل از امتحان از برمی‌کردند و بعد از پایان امتحان، مطالب را به دست فراموشی می‌سپردند؛ در واقع یادگیری به معنای واقعی و تغییر پایدار در نگرش‌ها و رفتارها اتفاق نمی‌افتاد.

با توجه به موارد مذکور، در کتاب حاضر، سعی گردیده است با روشی ساده، جدید و اثربخش، دانشجویان به صورت پویا و فعال، نه تنها با اصطلاحات و واژه‌های تخصصی بلکه با طیف وسیعی از مفاهیم، روش‌ها و نظریه‌های مدیریتی آشنا گردند.

برای آشنایی، مطالعه و یادگیری بهتر مطالب کتاب، ویژگی‌های کتاب حاضر در چند بخش به شرح زیر ارائه می‌گردد:

۱. این کتاب، اصول و مبانی نسبتاً جامعی از دروس و سرفصل‌های مختلف مدیریتی از جمله: تئوری‌های سازمان و مدیریت، مدیریت رفتار سازمانی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت بازاریابی و مدیریت استراتژیک را ارائه می‌دهد؛ به طوری که دانشجویان با یادگیری آنها، می‌توانند به مبانی و مفاهیم کلی و کلیدی حوزه‌های مختلف مدیریت به زبان فارسی و انگلیسی مسلط شوند.

۲. متن هر درس کتاب به یکی از موضوعات پایه‌ای و اصلی مدیریت مربوط می‌شود طوری تنظیم گردید است که دانشجویان در هر درس، ابتدا قبل از ورود به متن اصلی، با اصطلاحات و واژه‌های کلیدی در متن همان درس استخراج شده - در قالب نقش کلمه، تعریف کلمه و مثال کاربرد در آشنایی شود.

۳. بعد از آشنایی با کلمات کلیدی در هر درس، متنی به صورت خلاصه و در عین حال جامع در ارتباط با عنوان همان درس که شامل واژگان کلیدی را نیز دربرمی‌گیرد ارائه گردیده است. از آنجایی که دانشجویان، ابتداءً با همه کلمات کلیدی و نقش و کاربرد آنها آشنا شده، لذا ترجمه و درک متن، برایش ساده و آسان خواهد بود.

۴. بعد از متن اصلی هر درس، سوالات درک مطلب و تمرینات جدید، جهت درک بهتر معانی کلمات کلیدی و تخصصی برای آن درس طراحی شده است.

۵. به منظور یادگیری دانشجویان راهنمای کامل کتاب به زبان فارسی که شامل ترجمه کلمات کلیدی، تعریف آن کلمات و مثال‌های کاربردی و ترجمه متن اصلی هر درس می‌باشد در سمت راست کتاب آورده شده است.

۶. در تهیه و تنظیم متون اصلی کتاب به زبان انگلیسی، سعی شده است که از جدیدترین، معتبرترین و دست‌اول‌ترین کتاب‌های تخصصی مدیریتی که مؤلفان آنها از اندیشمندان برجسته و شهر جهان می‌باشد استفاده شود.

به طور کلی کتاب حاضر با عنوان «زبان تخصصی مدیریت» در دروازه درس (فصل) تنظیم شده است که به ترتیب عبارتند از: سازمان و مدیریت، رویکرد کلاسیک مدیریت،

رویکرد رفتاری مدیریت، رویکردهای معاصر مدیریت، تئوری‌های نیازها و انگیزش، نظریه‌های فرآیندی انگیزش، مدیریت منابع انسانی بازاریابی، تبلیغات، استراتژی‌های قیمت‌گذاری، زنجیره‌های تأمین و کانال‌های توزیع، و مدیریت استراتژیک.

کتاب حاضر می‌تواند مورد استفاده اساتید و دانشجویان در رشته‌های مدیریت دولتی، بازرگانی، صنعتی و اجرایی در هر سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی به عنوان یک منبع اصلی برای درس «زبان تخصصی در مدیریت» مورد استفاده قرار گیرد. همچنین دانشجویان و علاقمندان به شرکت در کنکورهای کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی رشته‌های مختلف مدیریت نیز می‌توانند از این کتاب، بهره لازم و کافی را ببرند. البته علاوه بر این، مع دانشگاهی، این کتاب می‌تواند مورد استفاده سطوح مختلف مدیران اجرایی، محققان دیگری علاقمندان به مباحث مدیریت در کشورمان قرار بگیرد. در انتها، مؤلفان بر خود را سبب می‌دانند مراتب سپاس و قدردانی خود را از همه عزیزانی که ما را در تألیف و چاپ این کتاب، به نفعی مرهون لطف و عنایت خود قرار داده‌اند و بخصوص از زحمات مدیر محترم انتشارات پژوهش‌های دانشگاه آقای فرخ قربانی نامور اعلام نمایند.

در خاتمه از تمامی اندیشمندان، اساتید، محققان اجرایی و دانشجویان عزیز انتظار می‌رود که مؤلفان را از نقطه‌نظرها، پیشنهادها و انتقادهای سازنده خویش بهره‌مند سازند تا انشاءالله در چاپ‌های بعدی ملحوظ نظر قرار گیرد.

با تشکر

دکتر رضا رسولی

دکتر فرهاد نژاد ایرانی

تابستان ۹۴