

به نام خدا

www.ketab.ir

مدیریت نوین ارتباطات سازمانی

مریمبرزگر

نسرین شجاعی

برزگر، مریم، ۱۳۶۳ -

مدیریت نوین ارتباطات سازمانی / مریم برزگر، نسرین شجاعی.

مشهد: شاملو، ۱۳۹۶.

۱۱۲ص.

۹۷۸-۶۰۰-۱۱۶-۶۳۷-۲

شجاعی، نسرین، ۱۳۶۵ -

فیبای مختصر.

فهرستویسی کامل این اثر در نشانی:

<http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است.

مدیریت نوین ارتباطات سازمانی

مریم برزگر

نسرین شجاعی

لیتوگرافی: پارسا

چاپخانه: مهرتوس

چاپ اول، بهار ۹۶

شماره: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۱۶-۶۳۷-۲

انتشارات شاملو

مشهد - نبش صیاد شیرازی ۵ - مجتمع ستا - واحد ۱۱۳

تلفن: ۳۳۷۷۳۴۳۸ (۰۵۱) - همراه: ۰۹۱۵۱۱۱۵۶۰۸

shamlo.pub@gmail.com



نشر شاملو

فهرست

۷	مقدمه
---	-------

بخش ۱: استراتژی روابط سازمانی

۱۱	مفهوم سازمان
۱۲	مفهوم روابط کار
۱۵	هدف از روابط کار
۱۵	قلمرو روابط صنعتی
۱۵	عواملی که موجب تیره شدن روابط صنعتی می شوند
۱۶	عوامل بهبود بخش روابط سازمان - صنعتی
۱۷	مدیریت روابط کار
۱۷	محتوای روابط کار در دنیای امروز
۱۸	انواع زوایای دید در روابط کار
۱۸	۱- دیدگاه وحدت گرایی
۱۹	۲- دیدگاه کثرت گرایی
۲۱	۳- دیدگاه تعارض
۲۲	۴- دیدگاه کنش اجتماعی
۲۳	۵- دیدگاه نظام ها
۲۶	ضرورت برقراری ارتباط مدیریتی در سازمان
۲۶	جریان ارتباطات در سیستم سازمانی
۲۶	الف- ارتباط عمودی
۲۷	ب- ارتباط افقی
۲۷	ج- ارتباط مورب
۲۷	ارتباط رسمی
۲۸	ارتباطات غیر رسمی
۲۹	نتایج مثبت ارتباطات غیر رسمی
۲۹	نتایج منفی ارتباطات غیر رسمی

- ۲۹..... راه کارهایی برای حمایت از ارتباطات سازمانی
- ۳۱..... شبکه های ارتباطی در درون سازمان
- ۳۲..... مزایای تحقق شبکه ارتباطی صحیح
- ۳۲..... رویکردهای ارتباطات سازمانی
- ۳۴..... بهبود ارتباطات مدیر و کارکنان در سازمان
- ۳۶..... بخش مهم مهارت های ارتباطی مدیران
- ۳۸..... نتایج ناتوانی مدیران در رقراری ارتباط چیست؟

بخش ۲: روابط پایدار مدیر

- ۴۳..... رفتار سازمانی چیست
- ۴۳..... تاریخچه ی رفتار سازمانی
- ۴۴..... اهداف رفتار سازمانی
- ۴۵..... هوش عاطفی چیست؟
- ۴۵..... مزایای برخورداری از هوش عاطفی بالا
- ۴۶..... مدل گلمن
- ۴۷..... کیفیت زندگی کاری
- ۴۸..... مزایای رفتار سازمانی
- ۴۹..... توصیه هایی برای مدیران با استفاده از رفتار سازمانی
- ۵۲..... حوزه ی گستره ی شغلی
- ۵۳..... شیوه های غنی سازی شغلی
- ۵۴..... مدیریت روابط تجاری
- ۵۴..... مدیریت ارتباط بامشتری بعنوان یک استراتژی تجاری
- ۵۵..... آنچه مدیران در برخورد با کارکنان باید بدانند
- ۵۶..... نقش روابط عمومی در سازمان کسب و کار
- ۵۸..... نقش روابط مدیریتی - مالی

بخش ۳: عوامل مؤثر در بهره وری

- ۶۱..... عوامل مؤثر در بهره وری

۶۲	 انگیزه مهم ترین عامل تأثیرگذار در بهره وری نیروی انسانی
۶۲	 عوامل انسانی مؤثر در بهره وری سازمان ها
۶۵	 عوامل مؤثر بر ارتقای بهره وری
۶۸	 مهم ترین عوامل مؤثر بر کاهش بهره وری
۶۹	 علل کاهش بهره وری ملی

بخش ۴: نیروی انسانی نقطه کانونی بهره وری

۷۳	 اهمیت و ضرورت منابع انسانی
۷۳	 استراتژی منابع انسانی
۷۴	 انتقاد به مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۷۵	 رویکردهای استراتژیک منابع انسانی
۸۱	 استراتژی تحقیق در مدیریت منابع انسانی

بخش ۵: مدیریت ارتباط با شرکا و ذینفعان

۸۵	 نقش مدیریت ارتباط با شرکا و ذینفعان در بازاریابی و سرمایه
۸۸	 ایجاد وفاداری در مشتریان و سایر ذینفعان
۸۹	 نقش کارکنان در جلب رضایت ذینفعان
۹۰	 روش های برخورد با مشتریان و سایر ذینفعان
۹۰	 ارزش مورد انتظار مشتریان و سایر ذینفعان
۹۲	 نقش رقابت در جذب مشتری
۹۳	 نتایج ایجاد مدیریت ارتباط با شرکا و ذینفعان در بخش صنعت

بخش ۶: نقش بازاریابی در سازمان ها

۹۷	 بازاریابی چیست؟
۹۷	 استراتژی بازاریابی چیست؟
۹۸	 انواع استراتژی های بازاریابی
۹۹	 مدیریت بازاریابی
۱۰۰	 ضرورت بازاریابی در سازمان کسب و کار

۱۰۰	 نقش برند در بازاریابی
۱۰۱	 برند چیست؟
۱۰۱	 خصوصیات یک برند خوب
۱۰۲	 استراتژیهای نام گذاری برند
۱۰۳	 بازاریابی اینترنتی
۱۰۴	 اولین قدم ها برای استراتژی بازاریابی اینترنتی
۱۰۴	 اینترنت به عنوان وسیله بازاریابی
۱۰۵	 اصول بازاریابی اینترنتی
۱۰۶	 نقش تبلیغات در بازاریابی آنلاین
۱۰۶	 نقش روابط عمومی در بازاریابی آنلاین
۱۰۷	 فروش در بازاریابی آنلاین
۱۰۸	 برنامه ریزی آنلاین و آفلاین استراتژی های بازاریابی
۱۱۰	 سخن پایانی
۱۱۱	 منابع

مقدمه

با نگاهی اجمالی به دنیای پیرامون که دنیای رقابت میان شرکت ها و سازمان های مختلف است درمیابیم یکی از عوامل بسیار مهم در موفقیت و پیشی گرفتن برخی سازمان های کسب و کار نسبت به برخی دیگر، دارا بودن مدیریت قوی، با اراده و راسخ است.

مدیریت نوین ارتباطات سازمانی یک تفکر و جهان بینی است مبتنی بر بالا بردن توان آفرینش و قدرت خلاق و میزان استعداد تطبیق و تلفیق جامعه و سازمان ها با تحولات اقتصادی، علمی و فنی جهان.

مدیریت نوین سازمانی بر آن است تا با بهره گیری از یک فلسفه و یک دیدگاه مبتنی بر استراتژی بهبود که دارای روند پر شتابی است سیر تولید تا مصرف خدمات سازمانی را از دریچه های منطبق بر تکنیک های بهره وری بالا با شکردهای ارتباطی انسانی و تکنولوژی های روز بگشاید.

در این راستا مدیریت کارساز نقشی مؤثر در پرورش و پرورش سازمان ایفا می کند و مسئولیت خطیر مدیریت را برای تصمیم گیری، تغییر ساختار، بکارگیری اصول ارتباطی و... بر عهده دارد.

مباحث در برگیرنده ی مدیریت نوین ارتباطات سازمانی عبارتند از: استراتژی روابط سازمان، عوامل بهبود بخش روابط سازمانی - صنعتی، مدیریت روابط کار، روابط پایدار مدیر، آنچه مدیران در برخورد با کارکنان باید بدانند، عوامل انسانی مؤثر در بهره وری سازمان ها، اهمیت منابع انسانی، ایجاد وفاداری در مشتریان، نقش رقابت در جذب مشتری و... این مباحث به مثابه ی پلی هستند به شوی موفقیت سازمان ها که مدیریت سازمان ها با کمک آن ها به سوی جهش گردونه ی رقابتی گام برمی دارند.

مجموعه ی حاضر سعی دارد راههای بدست آوردن بینش عمیق و صحیح را برای مدیرانی که در این وادی قدم می نهند را بنمایاند امید است که مورد توجه مخاطبان قرار گیرد.