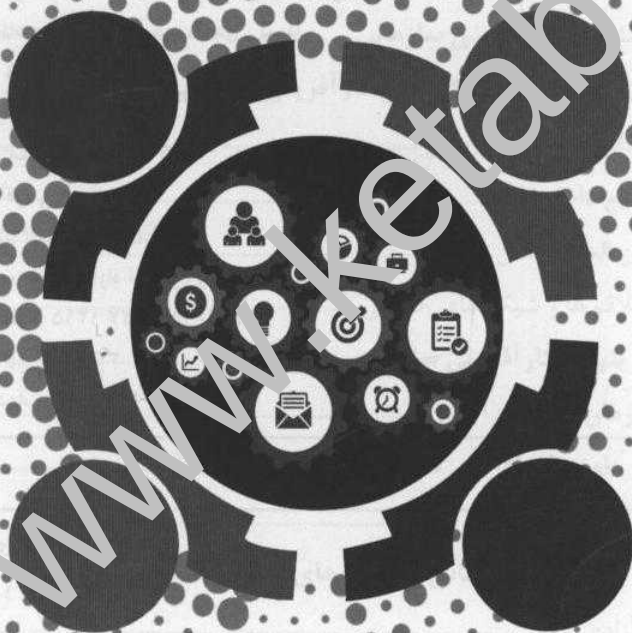


کارآفرینے سازمانے

(مفاهیم، رویکردها و فرآیندها)



دکتر محمد محمدی

(استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند)



کارآفرینی سازمانی (مفاهیم، رویکردها و فرایندها)

دکتر محمد محمدی

سرشناسه: محمدی، محمد، ۱۳۵۴ شهریور -

عنوان: نام پدیدآور: کارآفرینی سازمانی (مفاهیم، رویکردها و فرایندها) / محمد محمدی.

مشخصات نشر: بیرجند: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بیرجند، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۳۶ ص: مصور، جدول، نمودار.

شابک: ۱۲۵۰۰ ریال ۹-۴۰-۱۰-۹۶۴-۹۷۸:

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه ص: ۱ - ۱۳.

موضوع: کارآفرینی

موضوع: Entrepreneurship

شناسه افزوده: دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ک ۳/م ۶۱۵

رده بندی دیویی: ۳۳۸/۰۴

شماره کتابشناسی ملی: ۴۵۰۰۴۳۲

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۵

امور فنی: انتشارات فکریکر

صفحه آرایشی: فائزه دستگردی

طرح جلد: نفیسه شکرانی

لیتوگرافی و چاپ: واصف

قیمت: ۱۲۵۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۴۰۵۶-۹

فهرست مطالب

۱- مقدمه	۹
۲- مفهوم شناسی کارآفرینی	۱۰
۳- روندها و رویکردهای مطالعاتی کارآفرینی	۱۵
۴- مفهوم شناسی کارآفرینی سازمانی	۲۰
۵- روندهای مطالعه رویکردهای کارآفرینی سازمانی	۲۵
۵-۱- مخاطره پذیری رمان	۲۷
۵-۲- منابع داخلی	۲۹
۵-۳- بین المللی شدن	۳۳
۵-۴- ائتلاف ها و شبکه های خارجی	۳۳
۶- از کارآفرینی تا کارآفرینی سازمانی	۳۴
۷- انواع سازمان های کارآفرین	۳۸
۸- اشکال و دامنه کارآفرینی سازمانی	۴۰
۹- ابعاد کارآفرینی سازمانی	۴۴
۱۰- گرایش کارآفرینی سازمانی و مؤلفه های آن	۴۵
۱۰-۱- آزادی عمل	۴۷
۱۰-۲- نوآوری گرایی	۴۸
۱۰-۳- ریسک پذیری	۵۱
۱۰-۴- کنش گرایی	۵۲
۱۰-۵- توان تهاجمی رقابتی	۵۴
۱۰-۶- مخاطره پذیری کسب و کارهای جدید	۵۵
۱۰-۷- خودنوسازی	۵۶

- ۱۱- مدیریت کارآفرینی سازمانی و مؤلفه های آن ۵۷
- ۱۱-۱- جهت گیری استراتژیک ۵۷
- ۱۱-۲- جهت گیری منابع ۵۹
- ۱۱-۳- ساختار مدیریت ۶۰
- ۱۱-۴- فلسفه پاداش ۶۰
- ۱۱-۵- فرهنگ کارآفرینی ۶۱
- ۱۲- ضرورت کارآفرینی سازمانی ۶۲
- ۱۳- مدل های مفهومی کارآفرینی سازمانی ۶۵
- ۱۳-۱- مدل تناسب مدیریت استراتژیک با کارآفرینی سازمانی گات و گیتسبرگ ۶۵
- ۱۳-۲- مدل موریس و موریس کارآفرینی به عنوان رفتار شرکت کوئین و اسلیوان ۶۶
- ۱۳-۳- مدل موریس و موریس کارآفرینی به عنوان رفتار شرکت زهرا ۶۷
- ۱۳-۴- مدل عوامل فردی و سازمانی کارآفرینی سازمانی برازیل ۶۹
- ۱۳-۵- مدل تعاملی کارآفرینی سازمانی هارنزیبای و همکاران ۶۹
- ۱۳-۶- مدل مفهومی کارآفرینی به عنوان رفتار شرکت لاپکین و دث ۷۰
- ۱۳-۷- مدل پویای کارآفرینی سازمانی وینستین ۷۱
- ۱۳-۸- مدل منسجم کارآفرینی سازمانی موریس، لوئیس و سکستون ۷۲
- ۱۳-۹- مدل ادغام مدیریت استراتژیک و کارآفرینی سازمانی موریس و کوارتکو ۷۳
- ۱۳-۱۰- مدل کارآفرینی سازمانی پایدار ایرلند و همکاران ۷۴
- ۱۳-۱۱- مدل کارآفرینی سازمانی اکولز و نک ۷۷
- ۱۴- ابزارهای ارزیابی کارآفرینی سازمانی ۷۷
- ۱۴-۱- مقیاس سنج ترکیبی ۷۸
- ۱۴-۲- تمایل به کارآفرینی سازمانی ۷۸
- ۱۴-۳- ابزار سنجش کارآفرینی سازمانی ۷۹
- ۱۴-۴- ابزار مبتنی بر عوامل برای سنجش کارآفرینی سازمانی ۸۰
- ۱۴-۵- شاخص شدت کارآفرینی ۸۱
- ۱۴-۶- ممیزی سلامت کارآفرینی سازمانی ۸۱

- ۱۵- دولت کارآفرین ۸۳
- ۱۶- ضرورت کارآفرینی دولت ۸۴
- ۱۷- سطوح کارآفرینی دولت ۹۰
- ۱۷-۱- دولت کارآفرین ۹۰
- ۱۷-۲- بوروکرات های کارآفرین ۹۳
- ۱۸- راهبردهای دولت کارآفرین ۹۴
- ۱۸-۱- راهبرد اول: ماموریت گرایی ۹۵
- ۱۸-۲- راه رد دوم: نتیجه گرایی ۹۹
- ۱۸-۳- راهبرد سوم: مشتری گرایی ۱۰۴
- ۱۸-۴- راهبرد چهارم: کنترل ۱۰۷
- ۱۸-۵- راهبرد پنجم: رهبرگ ۱۱۲