

4095

۱۰۰

۱

۱۸۸

سُریت

سوره انعام الحق انعام

به خالوند بخشنامه مهیا

www.Ketab.ir

سرشناسه : مطیع، حسین، ۱۳۵۴ -
 عنوان و نام پدیدآور : تکنیک‌های مدیریت / مولف حسین مطیع.
 مشخصات نشر : قم: بوکتاب، ۱۳۹۷.
 مشخصات ظاهری : ۱۸۸ ص.
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۷۵-۸۰-۴ : ۱۰۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست نویسی : فیا
 موضوع : مدیریت بحران -- برنامه‌ریزی
 موضوع : Crisis management -- Planning
 موضوع : مدیریت
 موضوع : Management
 موضوع : برنامه‌ریزی راهبردی
 موضوع : Strategic planning
 رده بندی کنگره : ۴۹HD / م ۱۳۹۷۸
 شناسه افزوده : عاطف کیا، هما، ۱۳۷۱
 ده بندی دیویی : ۴۰۵۶/۶۵۸
 شماره کتابشناسی ملی : ۵۳۱۲۵۹۶



تکنیک‌های مدیریت

- ☐ مؤلف: حسین مطیع
- ☐ ویراستار: هما عاطف کیا
- ☐ مدیر هنری و طراحی جلد و متن: پریا پارتیا
- ☐ ناشر: انتشارات بوکتاب
- ☐ نوبت و تاریخ چاپ: اول ۱۳۹۷
- ☐ تیراژ: ۱۰۰۰
- ☐ قطع و صفحات: ۱۸۸
- ☐ شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۷۵-۸۰-۴
- ☐ قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

کلیه حقوق این اثر محفوظ و متعلق به ناشر می‌باشد.

مرکز پخش:

قم / مجتمع ناشران / طبقه ۲ / پلاک ۲۱۹ / تلفن: ۰۲۵۳۷۸۳۱۲۱۵ / تلفن همراه: ۰۹۱۲۱۵۱۹۸۸۱
 تهران / خ انقلاب / خ شهدای ژاندارمری / پلاک ۵۸ / طبقه اول / واحد ۴ / تلفن: ۰۲۱۶۶۴۸۳۱۷۹

Email: Booktab_Pub@yahoo.com

تکنیکہاں

مدیریت

مؤلف:

حسین مطیع

فهرست مطالب

۱۱		تنسيق مدیریت بحران در راهبردهای سازمان
۱۳		فرایند مدیریت استراتژیک
۱۵		تفاوتهای مدیریت استراتژیک و مدیریت بحران
۱۸		شباهت‌های مدیریت استراتژیک و مدیریت بحران
۲۱		فرایند مدیریت بحران
۲۲		ارائه یک مدل یکپارچه
۲۷		سیر تحول رویکردهای بازاریابی
۲۸		بازاریابی رابطه‌ای و بازاریابی سنتی
۲۹		انواع سه گانه گرایش‌های بازاریابی در طی زمان
۲۹		تفاوت بازاریابی رابطه‌ای و بازاریابی سنتی
۳۰		بخش‌بندی بازار یا تقسیم‌بندی بازار
۳۰		اصول سه گانه مدیریت بازاریابی
۳۳		فواید تقسیم بازار
۳۵		سطوح مختلف تقسیم بازار
۳۶		مبانی تقسیم بازار
۳۷		اهمیت بخش‌بندی بازار
۳۹		مدیریت ارتباط با مشتری و چهار عنصر بازاریابی
۴۲		مدیریت ارتباط با مشتری و چهار عنصر بازاریابی
۵۴		۱. روحیه کارآفرینی دارند
۵۵		۲. قوانین را به درستی اجرا می‌کنند
۵۵		۳. ارزش مشتری را در نظر می‌گیرند

۵۶	۴. انگیزه هدفمند دارند
۵۶	۵. باور دارند که پیروز می‌شوند
۵۶	۶. پشتیبان‌های خوبی دارند
۵۷	۷. نه گفتن را بلد هستند
۵۸	بدست آوردن رضایت مشتری در هنگام آشفته‌گی
۶۰	آموختن از گذشته
۶۱	بررسی تحقیقات
۶۳	جمع‌آوری شناختی
۶۵	اقدامات اصلاحی
۶۶	مشکل نهایت کار افسران معتمد
۶۷	حسن نیت مدیری
۶۷	خلاصه
۷۰	رضایت مشتری با استفاده از جاما ها که گزینه
۷۱	۱. مقدم
۷۴	۲. ادبیات
۸۳	نتیجه‌گیری و مفاهیم
۸۹	مدیریت ارتباط با مشتری در محیط مجازی
۹۴	انواع مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی
۹۹	تاثیر بهبود کسب و کارهای اینترنتی در پیاده سازی <i>ecrm</i>
۱۰۰	مراحل پیاده سازی <i>ecrm</i>
۱۰۱	منافع اقتصادی حاصل از کاربرد <i>ecrm</i>
۱۰۳	چالشهای موجود در مسیر <i>ecrm</i>
۱۰۴	نمونه‌ای کاربردی در استفاده موفق از <i>ecrm</i>
۱۰۶	نتیجه‌گیری
۱۰۸	بررسی جایگاه <i>CRM</i> در بازاریابی رابطه مند

- ۱۱۲.....بازاریابی رابطه‌مند
- ۱۱۴.....تاریخچه بازاریابی رابطه‌ای
- ۱۱۵.....اصول و اهداف بازاریابی رابطه‌مند و مدیریت ارتباط با مشتری
- ۱۱۶.....کاربردهای بازاریابی رابطه‌مند و مدیریت ارتباط با مشتری
- ۱۱۷.....مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری (*ECRM*)
- ۱۱۷.....مدیریت ارتباط یکپارچه با مشتری (*ICRM*)
- ۱۱۹.....مفهوم جدید خدمت به مشتریان
- ۱۲۰.....بکارگیری روش‌های نوین مشتری مداری و بازاریابی علمی در بانکداری ایران
- ۱۲۳.....مرور بر روی یک مطالعه صورت گرفته
- ۱۲۵.....اتوماسیون مدیریت ترانزاکشن و کار
- ۱۲۶.....فرآیند اعمال خریات
- ۱۲۶.....فرآیند مدیریت سفارش با
- ۱۲۷.....فرآیندهای مربوط به مدیریت مالی
- ۱۲۷.....فرآیندهای مربوط به مدیریت فناوری اطلاعات
- ۱۲۸.....فرآیندهای مربوط به فروش و بازاریابی
- ۱۲۸.....فرآیندهای ویژه
- ۱۲۹.....فرآیندهای مربوط به امور کارمندان
- ۱۲۹.....مسیر اجرایی کردن *BPM* در سازمان چیست؟
- ۱۳۰.....سطح ۱: مبتنی بر قهرمان
- ۱۳۰.....سطح ۲: فرآیندهای پراکنده
- ۱۳۱.....سطح ۳: فرآیندهای یکپارچه
- ۱۳۱.....سطح ۴: مدیریت شده
- ۱۳۱.....سطح ۵: بهبود مستمر
- ۱۳۲.....معرفی چرخه *BPM*
- ۱۳۵.....ضرورت‌ها و کارکردهای مدیریت دانش در سازمان‌های فرهنگی

۱۳۸	بیان مسئله و اهمیت آن
۱۴۰	ادبیات نظری تحقیق
۱۴۳	نقش فرایندهای دانش در مدیریت دانش
۱۴۴	نقش تکنولوژی در مدیریت دانش
۱۴۵	نقش فرهنگ در مدیریت دانش
۱۴۶	پیشنهادهای اجرایی مدیریت دانش در سازمان عقیدتی سیاسی ناجا
۱۴۶	تأثیر مدیریت ارشد
۱۴۷	آموزش مفاهیم مدیریت دانش در سطح سازمان
۱۴۸	فراهم کردن بستر فرهنگی مناسب
۱۴۸	فراهم نمودن زیرساخت تکنولوژیک
۱۵۰	ایجاد ساختار زمانی مناسب
۱۵۱	ایجاد کانون‌های دانش
۱۵۲	اندازه‌گیری عملکرد دانش سازمان
۱۵۳	تجزیه و تحلیل
۱۵۳	برنامه‌ریزی
۱۵۴	انجام اقدامات و تغییرات مورد نیاز
۱۵۴	نتیجه‌گیری
۱۵۶	بررسی مبانی تئوریک مدیریت بحران
۱۶۳	۱. اصول اخلاقی
۱۶۴	۲. اصول استراتژیک
۱۶۴	۳. اصول تاکتیکی
۱۶۲	۴. اصول اجرایی
۱۶۵	شش گام موثر در مدیریت بحران
۱۷۴	۱۲ توصیه مهم به تمام مدیران کارآمد
۱۷۴	۱. لبخند بزنید

۲. بفروشید..... ۱۷۵
۳. بازخورد داشته باشید..... ۱۷۵
۴. مکالمه غیر رسمی داشته باشید..... ۱۷۵
۵. سوالات خوب پرسید..... ۱۷۶
۶. بر اساس بازخورد سازنده رفتار کنید..... ۱۷۶
- مطالعه کنید..... ۱۷۶
۸. الهام بخش باشید..... ۱۷۷
۹. متمرکز باشد..... ۱۷۷
۱۰. خلاقیت بی‌قید و محدودیتی را بشناسید..... ۱۷۸
۱۱. به طور مستمر با افراد مختلف ملاقات کنید..... ۱۷۸
۱۲. گوش کنید..... ۱۷۸
- هشت نکته کلیدی در ایجاد یک معیار تبلیغاتی جذاب..... ۱۷۹
۱. هرچه کوتاهتر بهتر..... ۱۷۹
۲. ارجینال باشد..... ۱۷۹
۳. واقع‌بینانه باشد..... ۱۸۰
۴. شعرگونه باشد..... ۱۸۰
۵. قابل خواندن باشد..... ۱۸۰
۶. قابل گفتن باشد..... ۱۸۰
۷. بر سود مشتری تمرکز داشته باشد..... ۱۸۱
۸. خنده دار نباشد..... ۱۸۱
- ۹ ویژگی ضروری برای تمام سیستم‌های *BPMS*..... ۱۸۲
- ۱ - دارای ساختار مجتمع برای اسناد..... ۱۸۲
- ۲ - سیستم اطلاع رسانی پست الکترونیکی..... ۱۸۳
- ۳ - مجهز بودن به *SLA*..... ۱۸۳
- ۴ - تجهیز به فرم‌های از پیش پر شده..... ۱۸۳

- ۵ - امکان تغییر کاربر در طول پروژه..... ۱۸۴
- ۶ - امکان ایجاد الگوی روند کاری..... ۱۸۴
- ۷ - تعیین دسترسی بر مبنای وظیفه..... ۱۸۴
- ۸ - امکان ارائه گزارش‌های خودکار مدیریتی..... ۱۸۵
- ۹ - امکان ایجاد مدل برای فرم‌ها و ساختار ارائه گرافیکی خروجی نرم افزار..... ۱۸۵
- منابع مورد استفاده..... ۱۸۷