

۲۰۵۰۸۸۵

بسم الله الرحمن الرحيم

مدیریت بودجه در رسانه

عبدالرضا شاه محمدی

۱۳۹۸

سرشناسه: عبدالرضا شاه محمدی

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت بودجه در رسانه، عبدالرضا شاه محمدی

مشخصات نشر: تهران: انتشارات فریش، ۱۳۹۸

مشخصات ظاهری: ۱۱۵ ص

شابک: ۳-۱۰-۶۲۶۸-۶۲۲-۹۷۸ قیمت: ۲۵۵۰۰۰ وضعیت فهرست نویسی: فیفا

موضوع: رسانه های گروهی - ایران - امور مالی

موضوع: mass media- finance- iran

رده بندی کنگره: P۹۶

رده بندی دیویی: ۳۰۲/۲۳۰ شماره کتابشناسی ملی: ۵۸۲۱۰۹۱



مدیریت بودجه در رسانه

عبدالرضا شاه محمدی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

چاپ اول: ۱۳۹۸

شمارگان: ۲۲۰ جلد

قیمت: ۲۵۵۰۰۰ ریال

مرکز پخش: ۰۹۲۱۳۱۵۳۷۹۰ - ۰۹۱۰۶۷۰۳۶۰۱

Isbn: 978-622-6268-10-3

Instagram: farishpublication

email: farishpub@gmail.com

فهرست مطالب

مقدمه	۵
-------	---

فصل اول

سازمان	۷
رویکرد عقلانی	۱۰
سازمان رسانه‌ای	۱۵
سازمان صنعتی	۱۵

فصل دوم

مدیریت و مدیریت بودجه‌بندی	۲۳
انواع محیط سازمانی	۲۵
انواع مدیران	۲۵
مهارت‌های مدیران	۲۵
وظایف مدیر	۲۶
مدیریت رسانه	۲۹

فصل سوم

بودجه و بودجه‌بندی	۳۳
اهداف بودجه‌بندی	۳۹
مزیت‌های بودجه‌بندی	۴۰
الزامات بودجه	۴۰
خلاصه بودجه	۴۵
کنترل بودجه	۴۶
محدودیت بودجه	۵۱

فصل چهارم

مدیریت بودجه	۵۳
اولین تنظیم بودجه	۵۷

۶۴ شناخت انواع مختلف بودجه

فصل پنجم

۶۷ چرا باید از بودجه استفاده کنیم

۷۰ تنظیم بودجه برای هزینه های سرمایه گذاری

۷۲ تنظیم بودجه برای کل هزینه تولید

۷۹ تحلیل هزینه فایده

۸۵ مدیریت پرداخت های کسب و کار

۸۹ مدیریت ارتباط با بستانکاران

فصل ششم

۹۳ دریافت به موقع

۹۸ علل عدم پرداخت های به موقع

فصل هفتم

۱۰۳ نقدینگی

۱۰۴ شناخت عوامل اثرگذار بر جریان نقدینگی

۱۰۹ برقراری ارتباط موثر با فروشندگان و مشتریان

۱۱۴ منابع

در عصر حاضر، شکل و بایست نظام های اقتصاد جهانی اجباراً تمامی بنگاه های اقتصادی را ملزم به بازنگری در سیاست های اقتصادی و مالی خود کرده است. بر کسی پوشیده نیست که حیات یک سازمان به میزان بودجه آن مرتبط است. بنابراین می توان گفت که بودجه از جمله عوامل مهم و تأثیرگذار در راه اندازی و ادامه حیات یک سازمان محسوب می شود. بودجه در هر زمان، نیازمند مدیریت و برنامه ریزی است. بسیاری از صاحبان علت موفقیت و شکست سازمان ها و نهادها را در زمان مدیریت، مخصوصاً مدیریت بودجه آنها می دانند. به اعتقاد "پتروداکر"، عضو هیئت مدیره سازمان مدیریت آن وب ویژه مدیریت بودجه آن می باشد. باید گفت که اساساً دوروش برای یادگیری دانش مدیریت وجود دارد؛ اول از طریق آموزش و در دوم من انجام کار. البته می توان ترکیبی از دوروش را نیز به کار برد. یادگیری ضمن کار، آهسته و بکندی صورت می پذیرد و کافی نیست. برای تکمیل عمده و واحد به انجام کار است نه القای چگونگی انجام و آموزش آن. نکته ای که از نظر آموزشی باید به خاطر داشت، احاطه نزدیک به تمام کار جدید است. اکثر افراد در اولین تمرین دلوپس، دستپاچه و ناراضند. این ضعف و ناراحتی فوری نشانه خروج از انبساط است. نکته دیگری که نباید از نظر دور داشت این است که احتمال موفقیت در تمرین اولیه کم است، ولی هر چه بیشتر تمرین شود احتمال موفقیت فرد نیز افزایش می یابد. یادگیری مدیریت و برنامه ریزی بودجه برای کسانی که خود، کار و کسب جدیدی را شروع می کنند، بسیار دشوار است. این کتاب سعی در ارائه شیوه هایی در این خصوص دارد. بنابر

این باید گفت که تمرکز کتاب بیشتر روی روش ها و شیوه های بودجه بندی در سازمان با تاکید بر سازمان های رسانه ای است. البته متذکر می شود که با توجه به شرایط، بودجه برای سازمان های رسانه کارچندان آسانی نیست و نیاز به بررسی مواظفانه موقعیت و شرایط محیط که سازمان در آن فعالیت می کند، همچنین این کتاب می تواند برای کلیه کسانی که برای اولین بار سعی در شروع کسب و کار خود دارند، مفید باشد. در نهایت باید گفت که کتاب با ارائه تعریفی از سازمان، سازمان رسانه ای، تفاوت سازمان رسانه ای با سایر سازمان ها، مدیریت و وظایف آن، بودجه و بودجه بندی، مدیریت بودجه، علل استفاده از بودجه در سازمان، دریافت به موقع، و در نهایت تقدیر می پردازد. امید آنکه این مختصر بتواند گامی به درک صحیح تر از این فعالیت در کلیه سازمان ها داشته باشد.