

کتابخانه ۲۱۵۸۱۴۲



مجموعه‌ای مدیریت رسانه و اطلاعات

(دانش تخصصی رشته مدیریت رسانه و اطلاعات)

تألیف

حسین صفرزاده

(دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز)

نیره وهاب پور

(مدرس دانشگاه علمی کاربردی واحد تهران)

سرشناسه	:	وهاب پور، نیره
عنوان و نام پدیدآور	:	مجموعه‌ی مدیریت رسانه و اطلاعات/ مولفان حسین صفرزاده نیره وهاب‌پور.
مشخصات نشر	:	تهران: لوینا کلم، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	:	۳۹۶ ص.
شابک	:	۷۵۰۰۰۰ ریال: ۹۶۱۶۲۷-۵-۹۷۸-۶۲۲
وضعیت فهرست‌دهی	:	فبا
موضوع	:	تکنولوژی اطلاعات — مدیریت — راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	:	(Information technology – Management– Study and teaching (Higher
موضوع	:	مدیریت — راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	:	(Knowledge management – Study and teaching (Higher
موضوع	:	(Study and teaching (Higher – Management – Mass media
موضوع	:	آزمون دوره‌های تحصیلات تکلیفی — ایران
شماره افزوده	:	صفرزاده حسین
رده بندی کنگره	:	HD۳۰/۲
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۳۰۳۸۰۷۶
شماره کتابشناسی ملی	:	۶۱۳۲۶۶۵

نام کتاب: مجموعه‌ی مدیریت رسانه و اطلاعات، نیره وهاب پور، حسین صفرزاده

ناشر: انتشارات لوینا کلم

مدیر مسئول: نیره وهاب‌پور

سال نشر: ۱۳۹۹، نوبت چاپ: اول

شمارگان: ۱۰۰، شابک: ۹۶۱۶۲۷-۵-۹۷۸-۶۲۲

قیمت: ۷۵۰۰۰۰ ریال

آدرس: میدان انقلاب اسلامی خ کارگر جنوبی خ وحدت نظری ساختمان نادرب ۲۲۰ واحد اول تلفن ۶۶۵۷۳۰۳۳

توجه: کلیه حقوق این اثر برای انتشارکن محفوظ است و هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ ویراست نام یا
کتاب را یا به صورت چاپ الکترونیکی جزو و حق مصروفیت ندارد و متعلق به صاحب به ۵۰ هزار ماه ۲۰۰۰
حقوق اثر را برین صورت برگرداند می‌گردد.

بسمه تعالی

مقدمه مولفان

"ارزش هر فرد به اندازه‌ی همت اوست. امام علی(ع)"

از آنجا که تمام کتاب‌های موجود گرایش‌های مدیریت جهت آمادگی برای آزمون دکتری سر به
دها جلد کتاب می‌زند و دانشجو به دلیل طولانی معمولاً بسیار وقت‌گیر است یا امکان پذیر نمی‌باشد؛ کتاب مزبور
به صورت شرح خلاصه دروس و نکات برتر و همچنین آزمون‌های سال‌های قبل ارائه شده است.
دانشجویان می‌توانند به وسیله این کتاب، چندین کتاب مختلفه کتاب پیش‌رو را چندین بار مطالعه کنند؛
بدین‌وسیله در زمان و هزینه خود صرفه‌جویی نمایند. این کتاب با رویکردی جدید اقدام به معرفی تست-
های پرتکرار نموده و مطالب مهم را در قالب نکات برتر معرفی کرده و با نگارشی متفاوت به ارائه‌ی شرح
درس پرداخته؛ همچنین برای درک بهتر شرح درس، تست‌های آزمون‌های ادوار گذشته با پاسخ تشریحی
گردآوری شده است.

با توجه به این که هیچ اثری بدون اشکال و ایراد نیست، از همه‌ی خوانندگان عزیز خواهشمندیم، کاستی‌ها
را بخشیده و با تذکر اشکالات علمی و تایپی کتاب ما را در این اشکالات در چاپ‌های بعدی یاری
نمایند. در آخر از تمامی عزیزانی که ما را در نشر این کتاب یاری نمودند، تشکر و قدردانی می‌نمایم.

مسئول صفحه‌آرایی

میرزا بهادر پور

فهرست مطالب

۱	مدیریت استراتژیک پیشرفته
۲	ماهیت و ارزش مدیریت استراتژیک
۱۶	ارزش‌های استراتژیک
۲۸	مؤلفه‌های موفقیت استراتژی
۳۳	مسلوح مختلف استراتژی‌های جهانی
۶۷	استراتژی و دشمنی
۸۷	استراتژی‌های خاص
۹۵	ماهیت امری استراتژی
۱۱۱	بررسی و انتخاب استراتژی
۱۱۳	تطبیق ذهن ساختار با استراتژی
۱۲۵	مدیریت ارتباطات
۱۲۶	نظریه
۱۵۰	انواع مسیرهای ارتباطی سازمانی
۱۶۳	روابط عمومی و ارتباطات
۱۷۳	نشانه‌های زبان رفتار
۱۸۵	نظریه اجتماعی- رفتاری
۱۹۵	نظریه اقتصاد و سیاسی رسانه
۲۰۵	سیاست رسانه‌ها
۲۱۱	مدیریت رفتار سازمانی
۲۱۲	انواع دیدگاه در مطالعه علمی رفتار
۲۳۳	عوامل در سازمان
۲۵۸	نظریه‌های شخصیت
۲۷۲	نقش و وظایف رهبری
۳۱۸	کام‌های ملاک‌های ارزشی
۳۳۱	مدیریت تنوع
۳۶۲	عوامل تعیین کننده کفایت همسانی