



www.ketab.ir

فناوری های نوین در بهبود سازمان ها

مؤلف:

رضا حیدری



فصلنامه علمی-پژوهشی
فصلنامه علمی-پژوهشی

- بر شناسه
عنوان و نام پدیدآور
شخصیات نشر
شخصیات ظاهری
شابک
وضعیت فهرست نویسی
موضوع
موضوع
- حیدری، رضا، ۱۳۵۳ -
فناوری‌های نوین در بهبود سازمان‌ها/ مولف رضا حیدری.
تهران: سنجش و دانش، ۱۴۰۱.
۱۲۸ ص.: مصور (رنگی)، جدول، نمودار (رنگی).
۲۵۰۰۰۰ ریال : ۳-۴۷-۳۰۵-۶۲۲-۹۷۸
- فیبا
شهرداری مشهد -- کارمندان و کارکنان -- نمونه‌پژوهی
کارآفرینی -- ایران -- اثر نوآوری -- نمونه‌پژوهی
-- Effect of technological innovations on -- Iran -- Entrepreneurship
Case studies
شهرداری -- ایران -- کارمندان و کارکنان -- نمونه‌پژوهی
studies Case -- Iran -- Employeesgovernment Municipal
تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات -- ایران -- نمونه‌پژوهی
studies Case -- Iran -- technologies communications and Information*
- ۶۱۵HB :
۴۲۱۰۹۵۵/۶۵۸ :
۸۸۲۴۴۲۴ :
فیبا :
رده بندی کنگره
رده بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی
طلاعات رکورد کتابشناسی

عنوان : فناوری های نوین در بهبود سازمان ها	سنجش و دانش www.sanjesh.ir sanjeshodanesh@iran.ir قیمت : ۲۵۰۰۰۰ ریال
مؤلف : رضا حیدری	
ناشر : سنجش و دانش	
نوبت چاپ : چاپ اول - ۱۴۰۱	
تیراژ : ۳۰ نسخه	
شابک : ۳-۴۷-۳۰۵-۶۲۲-۹۷۸	
نشانی : میدان انقلاب، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، بلاک ۱۲۶، تلفن : ۰۲۱۶۱۲۶	
«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد»»	

فهرست مطالب

۱۰	فصل اول
۱۰	مقدمه
۱۱	مقدمه
۱۶	فصل دوم
۱۶	مبانی نظری
۱۷	۱-۲ مقدمه
۱۷	۲-۲ فن آوری های ارتباطی جدید
۱۷	۱-۲-۲ فناوری اطلاعات
۱۷	۲-۲-۲ پیشینه و تاریخ فناوری های نوین ارتباطی
۱۸	۳-۲-۲ فناوری های نوین ارتباطی و چالشهای فرهنگی در ایران
۱۹	۴-۲-۲ چالش های فن آوری های جدید ارتباطی
۲۰	۵-۲-۲ شاخص های اساسی در فن آوری های جدید اطلاعات و ارتباطات
۲۰	۱-۵-۲-۲ محتوای دیجیتال
۲۱	۲-۵-۲-۲ تعامل بودن
۲۱	۳-۵-۲-۲ شخصی سازی
۲۲	۴-۵-۲-۲ لحظه به لحظه بودن
۲۳	۶-۲-۲ نقش فناوری های نوین در تحول رسانه ها
۲۳	۱-۶-۲-۲ گسترش بازار رقابت
۲۴	۲-۶-۲-۲ تنوع سلیقه ها و خواسته های مشتری
۲۴	۳-۶-۲-۲ ارائه محصولات شخصی سازی شده
۲۵	۴-۶-۲-۲ تغییر در راهبردهای بازاریابی آگهی دهندگان
۲۶	۷-۲-۲ نقش اینترنت در امنیت انسانی
۲۹	۸-۲-۲ اینترنت و ائتلاف وقت
۳۰	۹-۲-۲ اینترنت و محتوای غیراخلاقی
۳۰	۱۰-۲-۲ شخصیت انسان و محیط مجازی
۳۱	۱۱-۲-۲ تأسیس هویت ملی در اینترنت
۳۱	۱۲-۲-۲ امنیت انسانی و فناوری اطلاعات و ارتباطات
۳۴	۳-۲ کارآفرینی سازمانی
۳۴	۱-۳-۲ تاریخچه کارآفرینی
۳۵	۲-۳-۲ سوابق کارآفرینی در ایران
۳۵	۳-۳-۲ مفاهیم نظری و تعریف کارآفرینی
۳۶	۴-۳-۲ ابعاد کارآفرینی

۳۷	۵-۳-۲- تأثیرات کارآفرینی
۳۸	۶-۳-۲- سطوح کارآفرینی
۳۸	۱-۶-۳-۲- کارآفرینی فردی (مستقل)
۳۹	۲-۶-۳-۲- کارآفرینی سازمانی یا درون سازمانی
۳۹	۳-۶-۳-۲- کارآفرینی بین المللی
۳۹	۴-۶-۳-۲- کارآفرینی اجتماعی
۴۰	۷-۳-۲- کارآفرینی سازمانی
۴۱	۸-۳-۲- تعریف کارآفرینی سازمانی
۴۱	۹-۳-۲- ابعاد کارآفرینی سازمانی
۴۱	۱۰-۳-۲- ویژگی های کارآفرینان سازمانی
۴۲	۱۱-۳-۲- ضرورت کارآفرینی سازمانی
۴۳	۱۲-۳-۲- راه های ایجاد کارآفرینی در سازمان
۴۴	۱۳-۳-۲- ساختار سازمانی و ابعاد کارآفرینی سازمانی
۴۵	۱۴-۳-۲- مدل های کارآفرینی
۴۵	۱-۱۴-۳-۲- مدل های محنوا
۴۵	۲-۱۴-۳-۲- مدل های پردازش
۴۶	مدل رویدادی ویلیام بای گرپو (۱۹۹۴)
۴۹	۱۵-۳-۲- فرهنگ کارآفرینی
۵۰	۱۶-۳-۲- فرهنگ سازمانی سازمانهای کارآفرینی
۵۱	۱۷-۳-۲- فرهنگ و موانع کارآفرینی در ایران
۵۲	۱۸-۳-۲- کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان
۵۳	۱۹-۳-۲- کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان علوم رفتاری
۵۴	۲۰-۳-۲- کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت
۵۴	۲۱-۳-۲- موانع کارآفرینی سازمانی
۵۷	۲۲-۳-۲- موانع و مشکلات کارآفرینی در ایران
۵۸	۲۳-۳-۲- ارائه سیاست های اقتصادی برای توسعه کارآفرینی
۵۹	۲۴-۳-۲- راهکارهای ارتقاء کارآفرینی سازمانی
۶۱	۴-۲- عملکرد سازمانی
۶۱	۱-۴-۲- عملکرد
۶۲	۲-۴-۲- ارزیابی عملکرد
۶۳	۳-۴-۲- تاریخچه ارزیابی عملکرد
۶۴	۴-۴-۲- ارزیابی عملکرد در ایران
۶۵	۵-۴-۲- مؤلفه های یک سیستم ارزیابی عملکرد
۶۵	۶-۴-۲- ویژگی های ارزیابی کارآمد
۶۶	۷-۴-۲- طبقه بندی شاخص های ارزیابی عملکرد
۶۷	۸-۴-۲- ویژگیهای شاخص های ارزیابی عملکرد
۶۹	۹-۴-۲- مزایای ارزیابی عملکرد سازمان

۷۰	۲-۴-۱۰- ضرورت ارزیابی عملکرد.....
۷۰	۲-۴-۱۱- سیستم های ارزیابی عملکرد.....
۷۱	۲-۴-۱۱-۱- سیستم های ارزیابی عملکرد سنتی.....
۷۲	۲-۴-۱۱-۲- سیستم های جدید ارزیابی عملکرد.....
۷۳	۲-۴-۱۲- مقایسه دیدگاه های سنتی و نوین در ارزیابی عملکرد.....
۷۴	۲-۴-۱۳- مراحل ارزیابی عملکرد.....
۷۵	۲-۴-۱۴- انحرافات در ارزیابی کارکنان.....
۷۶	۲-۴-۱۵- مدل های ارزیابی عملکرد.....
۷۶	۲-۴-۱۵-۱- مدل های طراحی سیستم اندازه گیری عملکرد.....
۷۷	۲-۴-۱۵-۲- مدل های خود ارزیابی (مدل های تعالی با جوایز کیفیت).....
۷۷	۲-۴-۱۶- کارت امتیاز متوازن.....
۷۸	۲-۴-۱۷- چشم انداز ارزیابی عملکرد.....
۷۸	۲-۴-۱۷-۱- چشم انداز مشتری.....
۷۹	۲-۴-۱۷-۲- چشم انداز فرآیندهای داخلی.....
۷۹	۲-۴-۱۷-۳- رشد و یادگیری.....
۸۰	۲-۴-۱۷-۴- چشم انداز مالی.....
۸۱	۲-۵- تحقیقات انجام یافته در داخل و خارج از کشور.....
۸۱	۲-۵-۱- تحقیقات انجام یافته در داخل کشور.....
۸۵	تحقیقات انجام یافته خارج از کشور.....
۸۹	فصل سوم :.....
۸۹	منطقه مورد مطالعه.....
۹۰	۳-۱- مقدمه.....
۹۰	۳-۲- قلمرو تحقیق.....
۹۰	۳-۲-۱- قلمرو موضوعی تحقیق.....
۹۱	۳-۲-۲- پستی و بلندیها.....
۹۱	۳-۲-۳- آب و هوا.....
۹۲	۳-۵-۱- شکل گیری شهر مشهد.....
۹۶	۳-۵-۲- موقعیت جغرافیایی شهر مشهد.....
۹۸	۳-۵-۳- ویژگیهای اجتماعی-اقتصادی و جمعیتی.....
۹۹	۳-۵-۴- ویژگیهای اقتصادی.....
۱۰۰	۳-۵-۵- مراکز سوخت و پمپ های بنزین شهر مشهد.....
۱۰۲	حوزه شمال غرب مشهد.....
۱۰۲	۳-۵-۶- علت انتخاب حوزه شمال غرب به عنوان نمونه موردی.....
۱۰۲	۳-۵-۷- موقعیت حوزه در شهر مشهد.....
۱۰۴	۳-۵-۸- جمعیت حوزه.....
۱۰۵	۳-۵-۹- ویژگی های کاربری زمین.....
۱۰۸	۳-۴- آمار توصیفی.....