

٢ ٢٣٥ ٩١٤

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اصول و مبانی مدیریت نوین

www.ketab.ir

مؤلف: زهرا جوادى

سرشناسه	:	جوادی بقرآباد، زهرا، ۱۳۷۱-
عنوان و نام پدیدآور	:	اصول و مبانی مدیریت نوین/ زهرا جوادی بقرآباد؛ ویراستار حمید محمدی.
مشخصات نشر	:	تهران: کهکشان علم، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۵۵ ص.
شابک	:	978-622-7674-40-8
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	مدیریت
موضوع	:	Management
موضوع	:	مدیریت -- نوآوری
موضوع	:	Management -- Technological innovations
موضوع	:	تحول سازمانی -- مدیریت
موضوع	:	Organizational change -- Management
موضوع	:	مشتري شناسی -- مدیریت
موضوع	:	Customer relations -- Management
رده بندی کنگره	:	۲۷HD
رده بندی دیویی	:	۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۴۶۶۶۸۴
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیا

www.ketab.ir

انتشارات کهکشان علم

تهران، میدان انقلاب، بعد از خ منیری جاوید، پاساژ اندیشه، طبقه زیر همکف پ C10

۰۹۱۹۹۶۰۹۹۰۶

۰۲۱-۶۶۹۵۵۰۰۴

اصول و مبانی مدیریت نوین

مؤلف: زهرا جوادی

ویراستار: حمید محمدی

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۰

قیمت: ۶۸۰۰۰۰ ریال

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۶۷۴-۴۰-۸

کلیه حقوق چاپ محفوظ است

فهرست مطالب

۹	فصل اول: مدیریت دانش
۹	مدیریت دانش و علل پیدایش مدیریت دانش
۱۲	تاریخچه مدیریت دانش
۱۳	تعریف مدیریت دانش
۱۶	مفهوم مدیریت دانش
۱۷	اهداف مدیریت دانش
۱۹	مزایای مدیریت دانش
۲۰	اصول مدیریت دانش
۲۱	فرایندهای لازم برای استقرار مدیریت دانش در سازمان
۲۲	تولید دانش
۲۳	کسب دانش
۲۶	ذخیره سازی دانش
۲۸	تسهیم و توزیع دانش
۲۹	بکارگیری دانش
۳۰	مدل های مدیریت دانش
۳۰	مدل مدیریت دانش ۱۰ اف
۳۱	مدل نوناکا و تاگوچی
۳۳	مدل مدیریت دانش APQC
۳۴	مدل مدیریت دانش Apo
۳۵	استراتژی مدیریت دانش
۳۷	فصل دوم: انتقال تکنولوژی
۳۷	انتقال تکنولوژی
۳۷	تعریف تکنولوژی
۴۱	انتقال تکنولوژی
۴۳	ماهیت انتقال تکنولوژی
۴۴	چالش های موجود

۴۵	 لزوم انتقال و انتخاب تکنولوژی‌های نوین
۴۶	 فرایند انتقال تکنولوژی
۴۶	 الف) انتخاب و کسب تکنولوژی
۴۹	 ب) انطباق، کاربرد و جذب تکنولوژی
۵۰	 ج) توسعه و انتشار تکنولوژی
۵۱	 روشهای انتقال تکنولوژی
۵۲	 الف) قرارداد تحویل کامل
۵۲	 ب) کسب پروانه
۵۲	 ج) حق استفاده از اسم تجاری
۵۲	 د) تبادل و استخدام نیروی انسانی
۵۳	 و) آموزش و تعلیم
۵۳	 ز) برون سپاری
۵۳	 ح) قرارداد بای یک
۵۳	 ت) اتحاد استراتژیک
۵۴	 ک) قراردادهای بیع متقابل
۵۴	 ل) همکاری فنی
۵۴	 م) قرارداد تحقیق و توسعه
۵۴	 عوامل مؤثر بر انتخاب و انتقال تکنولوژی
۵۴	 الف) مدل دسته بندی چان
۵۵	 ب) مدل پاستور
۵۶	 ج) مدل مارکوس و تانیس
۵۹	 فصل سوم: مدیریت ارتباط با مشتری
۵۹	 مدیریت ارتباط با مشتری
۶۴	 تمرکز بر مشتریان اصلی و کلیدی
۶۵	 سازماندهی فرایندهای کسب و کار
۶۶	 برخورداری از فناوری‌های مدرن و بهروز
۶۶	 اصول مدیریت ارتباط با مشتری
۶۶	 ارتباطات
۶۷	 اعتماد
۷۱	 رضایت مشتری
۷۲	 عوامل مؤثر بر رضایت مشتری
۷۲	 تعهد

۷۳	حفظ مشتری
۷۳	وفاداری مشتری
۷۷	وفاداری مشتری
۷۹	بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتریان
۸۱	تمایل به توصیه و انتقاد پذیری و بهره گیری از نظرات و پیشنهادات مشتری
۸۱	مشخصه های مدیریت ارتباط با مشتری
۸۲	مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک (E-CRM)
۸۳	تشریح مدل مفهومی تحقیق
۸۳	ویژگی های خدمات مبتنی بر مشتری
۸۳	راحتی
۸۴	اطلاعات
۸۴	کانال
۸۵	رابطه بین کیفیت و خروجی
۸۵	صداقت
۸۶	کیفیت پاسخ گویی
۸۶	رضایت
۸۷	وفاداری
۸۷	توصیه به دیگران
۸۸	تعهد سازمان
۸۹	فصل چهارم: سرمایه فکری
۸۹	مفهوم سرمایه فکری
۹۱	اجزای سرمایه فکری
۹۱	سرمایه انسانی
۹۳	سرمایه ساختاری
۹۵	سرمایه مشتری / رابطه ای
۹۷	الگوهای سرمایه فکری
۹۸	الگوهای سالیوان
۹۹	الگوی سلسله مراتبی سرمایه های فکری اسکاندیا
۱۰۱	الگوی بروکینگ
۱۰۲	طبقه بندی روس و روس
۱۰۴	الگوی اسویی
۱۰۴	مدل بونفر