

کارآفرین و رسانه

www.ketab.ir

تألیف

دکتر سیروس معتمد

فهرست نویسی

معدنار، سیروس، ۱۳۵۰	سرشناسه
کارافریس و رسیده / تالیف سیروس معدنار	عنوان و نام پدیدآور
تهران، رشد فرهنگ، ۱۴۰۰	مشخصات نشر
ص ۱۱۸	مشخصات ظاهری
۹۷۸-۶۲۳-۲۰۵-۴۴۶-۵	شابک
قیما	وضعیت فهرست نویسی
کتابنامه: ص ۱۰۳ - ۱۱۸	یادداشت
کارافریس Entrepreneurship	موضوع
کسب و کار - نوآوری Business -- Technological innovations	موضوع
کارافریس اجتماعی Social entrepreneurship	موضوع
تلویزیون - ایران - برنامه ها - جنبه های اقتصادی Television programs- Economic aspects- Iran	موضوع
HB۶۱۵	رده بندی کنگره
۳۳/۰۴	رده بندی دیویی
۸۵۱۸۴۷۳	شماره کاتالانسی ملی
قیما	اطلاعات رگورد کتابشناسی

این اثر مشمول قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸/۱۰/۱۱ است.

فردی که تمام یا بخشی از این اثر را بدون اجازه جروف چینی، چاپ، فوکپی و انواع دیگر چاپ، عکس برداری، تبدیل به pdf، و به هر شکل تکثیر، نشر، بخش و یا عرضه کند، در صورت آگاهی پدیدآورنده، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت و در هر صورت از نظر، اخلاقی، شرعی و قانونی غیرمجاز است.

استفاده علمی به شکل متعارف و با ذکر منبع مجاز است.

نام کتاب	:	کارآفرینی و رسانه
تألیف	:	دکتر سیروس معدن‌دار
صفحه‌آرایی	:	انتشارات رشد فرهنگ
طراح جلد	:	مهندس ریحانه رحیمی
لیتوگرافی، چاپ و صحافی	:	واصف
نوبت چاپ	:	اول - پاییز ۱۴۰۰
شمارگان	:	۳۰۰ نسخه
بها	:	۴۰۰۰ تومان
قطع	:	رقعی



فروش اینترنتی: roshdefarhang.ir

انتشارات رشد فرهنگ

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۰۵-۴۴۶-۵

ISBN: 978-622-205-446-5

کلیه حقوق این اثر برای ناشر و مؤلف محفوظ است

آدرس: تهران، خیابان مرتضوی، بعد از تقاطع جیحون، پلاک ۷۰۶

تلفن: ۰۲۱-۶۶۳۷۷۵۷۰

Email: roshdefarhang@yahoo.com

پیشگفتار

کارآفرینی و رسانه را می‌توان به علم میان‌رشته‌ای بسیار جوان و البته تاحدی پیچیده‌تر از بسیاری علوم میان‌رشته‌ای دانشگاهی است. شاید علت این پیچیدگی از یک طرف تأثیر مستقیم فلسفه تکنولوژی آموزشی، علم ارتباطات و کارآفرینی است. ممکن است گفته شود این حد از پیچیدگی و شاید بیش از آن را در دیگر علوم میان‌رشته‌ای نیز می‌توان یافت البته این امر صحیح است. معضل دیگری که این علم جوان (کارآفرینی و رسانه) با آن مواجه است، عدم شناخت صحیح و کامل از سازمان‌های رسانه‌ای و کارآفرینی و تأثیر این دو در جامعه کنونی کشور است. درگی که عموماً از یک رسانه در ادبیات امروز رسانه‌ای وجود دارد، بیشتر شامل شباهت و حتی برابری آن با ماهیت و ویژگی‌های سازمان‌های صنعتی است، حضور رسانه در محیط بسیار متحول و پر رقابت کارآفرینی حتی این علم را ناچار از ورود به هزارتوی مدیریت راهبردی کارآفرینی نیز شده است.

درحالی که رسانه و کارآفرینی تفاوت‌های اساسی و بنیادی دارند و نمی‌توان اشتراکات زیادی میان آنها پیدا کرد که این موضوع به طور اساسی بر ادبیات رسانه و نحوه مدیریت کارآفرینی اثر گذار است. رسانه جزو لاینفک فناوری آموزشی در عصر جدید شمرده می‌شود شاید فناوری آموزشی تاکنون نتوانسته به دلایل مختلف در کشور موفق باشد و تنها در دانشگاهها در جریان است و به افزایش فارغ‌التحصیلان جویای کار اضافه می‌کند و نگاه کاربردی به آن مخصوصاً در مقاطع ارشد و دکتری وجود ندارد.

فهرست مطالب

۱۱	مقدمه
۱۸	تعارف و مذهبیم کار آفرینی
۲۳	نارنججه کار آفرینی
۲۵	صفات و ویژگی های کار آفرین
۲۷	عوامل مؤثر بر کار آفرینی
۲۸	کار آفرینی فردی
۲۸	سازگرای فردی کار آفرینی
۳۰	کار آفرینی سازمانی
۳۱	سازگرای سازمانی کار آفرینی
۳۳	کار آفرینی اجتماعی
۳۳	سازگرای اجتماعی کار آفرینی اجتماعی
۳۵	محتوی برنامه های نوآوری
۳۷	تسلیک های محتوی کار آفرینی رسانه ای
۳۸	فناوری های آموزشی رسانه ای
۳۹	مدل مدیریت محتوی رسانه ای آموزشی
۴۱	مدل های کار آفرینی
۴۱	سلسله های محتوایی
۴۲	مدل های فرایندی
۴۲	فرایند رویدادی
۴۳	مدل رویدادی الیبت شایرو
۴۴	مدل رویدادی برای