



مفاهیم اساسی در تحقیقات مدیریتی

مترجمان:

دکتر محمود محمدی

دکتر ابراهیم محمودزاده



انستیتوایز ایران

سرشناسه: توماس، آلن برکلی. ۱۹۲۸ - م. (Thomas, Alan (Alan Berkeley)
عنوان و نام پدیدآور: مفاهیم اساسی در تحقیقات مدیریتی / (نویسنده آلن برکلی توماس)؛ مترجمان محمود محمدی، ابراهیم محمودزاده؛ ویراستار غلامرضا نورمحمد نصرآبادی.
مشخصات نشر: تهران: انستیتو ایران، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری: ۱۵۲ ص.
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۰۱-۰۴۴-۸
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: عنوان اصلی: Research concepts for management studies.
موضوع: مدیریت - راهنمای آموزشی
شناسه افزوده: محمدی، محمود، ۱۳۵۰ - مترجم
شناسه افزوده: محمودزاده، ابراهیم، ۱۳۳۴ - مترجم
شناسه افزوده: نورمحمد نصرآبادی، غلامرضا، ۱۳۵۰ - ویراستار
شناسه افزوده: انستیتو ایران
رده بندی کنگره: ۱۳۹۰ ۷۴۹۴/۴ HD۳۰
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۰۰۷
شماره کتابشناسی ملی: ۲۳۵۷۸۵۲



انتشارات انستیتو ایران

- ۱ نام کتاب: مفاهیم اساسی در تحقیقات مدیریتی
۲ مترجمان: دکتر محمود محمدی - دکتر ابراهیم محمودزاده
۳ ویراستار ادبی: مهدي غلامرضا نورمحمد نصرآبادی
۴ نوبت چاپ: چاپ اول - تابستان ۱۳۹۰
۵ شمارگان: ۳۰۰۰ جلد
۶ قیمت: ۳۵۰۰ تومان
۷ شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۰۱-۰۴۴-۸
۸ ناظر چاپ: علی نورانی اوغلی
۹ طراح جلد: مرتضی محمد صادقی

کلیه حقوق قانونی و شرعی برای ناشر محفوظ است.
تکثیر تمام یا قسمتی از این اثر بصورت حرفه‌ای و چاپ مجدد، چاپ افست، الکترونیکی و انواع دیگر چاپ ممنوع است. نقل مطالب به صورت معمول در مقاله‌های تحقیقاتی با ذکر نام ناشر و کتاب آزاد است.

خیابان میرداماد - خیابان شهید حساری (رازان جنوبی) پ ۳۶

تلفن: ۲۲۲۵۰۷۸۱ - ۲۲۲۵۰۷۸۲

www.istshop.ir

www.istbook.ir

فروشگاه مرکزی

خیابان میرداماد - خیابان شهید حساری (رازان جنوبی) پ ۳۶ - تلفن: ۲۲۲۲۹۹۵۸

نمایندگان بخش

- | | | |
|----------------------------------|---------------|--------------------|
| ○ انتشارات آگاه ۹۳۲-۶۶۴۶-۲۱ | ○ ۵۳۲۶-۶۶۵۰۲۱ | ○ انتشارات آری نگر |
| ○ مهریان ۹۷۳۱۷۵-۶۶۹۷-۲۱ | ○ ۱۵۳۲-۶۶۴۰۲۱ | ○ به نشر استان قدس |
| ○ مرکز تحقیقات صنعتی ۹۷۲-۸۸۳۰۰۴۱ | ○ ۶۶۵۶۹۸۸۱-۲۱ | ○ سواد دانش |
| ○ رشد افراز ۲۲۱۷۰۰۰-۶۱۱ | ○ ۲۰۲-۸۸۹۲۰۲۱ | ○ پکتا |

فهرست مطالب

فصل اول: زبان و تحقیقات مدیریتی

۱	مقدمه
۳	برخی از ویژگی های زبان و گفتمان
۳	زبان و گفتمان
۴	گروه های گفتمان
۵	گروه های گفتمان در دانشگاه ها
۶	روش شناسی به عنوان یک زبان مشترک
۷	زبان مشترک در روان شناسی
۸	لغات، روش ها و معانی
۸	مسئله معانی و لغات پژوهش
۹	جبرگرایی و زبان
۹	پسامدرنیته و زبان
۱۰	واقع گرایی و زبان
۱۰	حوزه های معنا
۱۱	حوزه های دانش شناختی و روش شناختی
۱۲	حوزه های رشته ای (علمی)
۱۲	حسابداری و امور مالی
۱۳	بازاریابی
۱۴	رفتار سازمانی
۱۵	حوزه های موقتی و زمانی
۱۶	حوزه های ملی
۱۶	نتیجه گیری

فصل دوم: علم و تحقیقات مدیریتی

۱۹.....	مقدمه
۲۰.....	زبان علم
۲۲.....	مدل استاندارد علم
۲۲.....	روش فرضیه سازی - استنتاجی (قیاسی)
۲۴.....	ابداع علم
۲۶.....	چالش های وارديه مدل استاندارد
۲۷.....	افسانه روش علمی
۲۸.....	علم و جامعه
۲۸.....	علوم اجتماعی اثبات گرا
۲۹.....	علوم اجتماعی ساخت گرا
۳۰.....	علوم تجربی واقع گرا
۳۰.....	علوم ضد اجتماعی: پسا مدرنیته
۳۱.....	نظام های (رشته های) علوم اجتماعی
۳۱.....	روانشناسی
۳۲.....	جامعه شناسی
۳۴.....	اقتصاد
۳۵.....	مطالعات مدیریتی و علوم اجتماعی
۳۵.....	حسابداری و امور مالی
۳۶.....	بازاریابی
۳۷.....	دوره طرفدار علم (۱۹۸۳-۱۹۴۵)
۳۷.....	دوره ضد علم (۱۹۸۳-۱۹۹۹)
۳۸.....	دوره بدون علم (۲۰۰۰ الی ...)
۳۸.....	رفتار سازمانی
۴۰.....	علم کارکردها
۴۱.....	نتیجه گیری در مورد علم

فصل سوم: تئوری تحقیقات مدیریتی

مقدمه	۴۵
زبان تئوری	۴۶
گستره تئوری	۴۷
تئوری ها و مدل ها	۴۸
تئوری ها، قوانین علمی و فرضیه ها	۴۹
تئوری های کلان، میانی و خرد	۵۰
تئوری و عمل	۵۱
دیدگاه های موجود درباره تئوری	۵۲
دیدگاه اثبات گرایانه به تئوری	۵۲
تئوری در اقتصاد: میلتون فریدمن	۵۲
تئوری در روان شناسی: فردرک کولینگر	۵۳
ساخت و آزمایش تئوری	۵۵
سایر دیدگاه ها درباره تئوری	۵۶
مخالفان تحلیل متغیر ها	۵۶
تئوری زیربنایی	۵۷
پست مدرنیسم و تئوری	۵۹
تئوری در مطالعات مدیریتی	۵۹
تئوری مدیریت	۵۹
تنوع در تئوری مدیریت	۶۰
مخالفت با تئوری پردازی در مدیریت	۶۰
تئوری در حسابداری و امور مالی	۶۱
مدل ها و مفروضات آنها	۶۲
تئوری پردازی در حسابداری	۶۳
بازاریابی و تئوری	۶۳
نیاز به تئوری عمومی	۶۴
تئوری در رفتار سازمانی	۶۵
نتیجه گیری درباره تئوری	۶۷

فصل چهارم: داده‌ها و تحقیقات مدیریتی

۷۱	مقدمه
۷۳	زبان داده‌ها
۷۴	داده‌های کمی / داده‌های کیفی
۷۵	داده‌های سخت / نرم
۷۶	داده‌های خام
۷۶	داده‌های اولیه / ثانویه
۷۷	داده‌ها و واقعیت
۷۸	داده‌های مبتنی بر نظریه
۷۸	واقعیات اجتماعی و داده‌ها
۷۹	عناصر اجتماعی
۷۹	ابزارهای حسی
۸۰	داده‌ها و تحقیقات اجتماعی
۸۱	اثبات‌گرایی و داده‌ها
۸۱	داده‌های عینی (واقعی)
۸۲	بر فراز داده‌ها
۸۳	ساخت‌گرایی و داده‌ها
۸۴	مطالعه مفاهیم تولید شده توسط دیگران
۸۴	خودساخت بودن جهان
۸۶	پسامدرنیته و داده‌ها
۸۷	داده‌ها در تحقیقات مدیریتی
۸۷	داده‌ها در حسابداری و امور مالی
۸۹	داده‌ها در بازاریابی
۹۱	داده‌ها در رفتار سازمانی
۹۳	نتیجه‌گیری در مورد داده‌ها

فصل پنجم: اعتبار در تحقیقات مدیریتی

۹۷.....	مقدمه
۹۸.....	زبان اعتبار
۹۹.....	اعتبار در تحقیقات
۱۰۰.....	معانی متعدد
۱۰۰.....	اعتبار و قضاوت ارزشی
۱۰۱.....	تاریخچه مختصری از اعتبار در تحقیقات اجتماعی
۱۰۱.....	روان‌سنجی: سنجش ذهنی
۱۰۲.....	واکنش‌ها به اثبات گرایان
۱۰۳.....	اعتبار در تحقیقات کمی
۱۰۳.....	اعتبار در آزمون‌های روان‌شناسی
۱۰۴.....	اعتبار پیش‌بینی، همگون و محتوایی
۱۰۵.....	اعتبار سازه
۱۰۶.....	جایگاه امروزی اعتبار سازه
۱۰۸.....	اعتبار داخلی و خارجی
۱۰۹.....	مشکلات و مسائل مفهومی
۱۱۰.....	اعتبار در تحقیقات کیفی
۱۱۱.....	روش‌های یگانه
۱۱۱.....	روش‌های نسبی‌گرایانه
۱۱۱.....	معیارهای اعتبار از منظر گویا و لینکلن
۱۱۳.....	معیارهای اعتبار از منظر ماکسول
۱۱۴.....	معیارهای اعتبار کیفی چقدر معتبر هستند؟
۱۱۵.....	پساساختارگرایی و اعتبار
۱۱۷.....	اعتبار در تحقیقات مدیریتی
۱۱۷.....	حسابداری و امور مالی
۱۱۸.....	بازاریابی
۱۱۹.....	رفتار سازمانی

۱۲۰	نتیجه‌گیری در مورد اعتبار
-----	---------------------------------

فصل ششم: اهمیت (معناداری) و تحقیقات مدیریتی

۱۲۵	مقدمه
۱۲۶	زبان اهمیت و معناداری
۱۲۸	ارزش‌ها و آزادی ارزش (بی‌طرفی) در تحقیقات
۱۲۸	حقایق در مقابل ارزش‌ها
۱۲۹	موضع اثبات گرایان
۱۳۰	مواضع مخالف
۱۳۰	نظریه انتقادی
۱۳۱	فمینیسم
۱۳۱	پست‌مدرنیسم
۱۳۲	توضیح مسائل
۱۳۲	وبر و ارزش خشی
۱۳۲	ارزش‌های معرفت‌شناختی و غیر معرفت‌شناختی
۱۳۳	اهمیت و ارزش در مطالعات مدیریتی
۱۳۴	حسابداری و امور مالی
۱۳۵	بازاریابی
۱۳۶	رفتار سازمانی
۱۳۷	نتیجه‌گیری درباره اهمیت به عنوان ارزش
۱۳۸	زبان معنادار بودن آماری
۱۳۹	ایده آزمون معناداری
۱۴۰	انتقادهایی به آزمون معناداری
۱۴۲	معناداری آماری: نتیجه‌گیری