



مدیریت کسب و کار حسابداری

(جلد دوم)

مسعود بیکی اشکذری

www.ketab.ir

سرشناسه: بیکی اشکذری، مسعود، ۱۳۴۴
 عنوان و نام پدیدآور: مدیریت کسب و کار حسابداری / مسعود بیکی اشکذری؛ ویراستار فاطمه حبیبی
 مشخصات نشر: تهران؛ انتشارات خط میخی، ۱۴۰۳
 مشخصات ظاهری: ج
 شابک: ۳۲۰۰۰۰۰ ریال ۹۷۸-۶۲۲-۹۰۷۸۶-۷-۹ ؛ ۹۷۸-۶۲۲-۹۲۲۵۹-۴-۳
 وضعیت فهرست نویسی: فایا
 یادداشت: پشت جلد به انگلیسی: Masoud Beiki Ashkezari, Accounting business management
 موضوع: مدیریت کسب و کار
 حسابداری
 مدیریت مالی
 Accounting
 *Finance – Management - MBA
 رده بندی کنگره HF ۵۶۵۵/ف۲
 رده بندی دیویی ۶۵۷
 شماره کتابشناسی ملی ۹۷۷۶۵۶۵
 اطلاعات رکورد کتابشناسی فایا



تهران، خیابان انقلاب
 روبروی دانشگاه تهران
 پلاک ۱۲۰۲، طبقه ۴
 شمالی، نشر خط میخی
 تلفن: ۶۶۴۹۰۲۵۳

تمامی حقوق محفوظ و مخصوص
 نویسنده است.

مدیریت کسب و کار حسابداری (جلد دوم)

نویسنده: مسعود بیکی اشکذری
 طراح جلد فاطمه حبیبی
 ویراستار فاطمه حبیبی
 ناشر نشر خط میخی
 قطع رحلی
 چاپ گیلان
 نوبت چاپ چاپ اول ۱۴۰۳
 شمارگان ۲۰۰ نسخه
 قیمت ۳۲۰ هزار تومان

شابک دوره ۹۷۸-۶۲۲-۹۰۷۸۶-۷-۹
 شابک جلد دوم ۹۷۸-۶۲۲-۹۲۲۵۹-۴-۳

STD_MBEIKI@ALUMNI.KHU.AC.IR

مدیریت کسب و کار حسابداری

(جلد دوم)

پیشگفتار

مدیریت کسب و کار به عنوان یک مفهوم جامع و چندبعدی، در واقع نمایانگر مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و فرآیندهایی است که به هدف بهینه‌سازی عملکردهای اقتصادی و سازمانی در یک محیط خاص انجام می‌شود. این مفهوم به خوبی نشان‌دهنده این نکته است که مدیریت کسب و کار فراتر از صرفاً تکنیک‌های اجرایی و نظریه‌های مربوط به تجارت و صنعت است و در واقع، ابعاد گسترده‌تری را شامل می‌شود.

در ابتدا، باید به سمتی برویم که بر سرکننده‌ی اهمیت مدیریت کسب و کار باشد. این اهمیت نه تنها در مهارت‌ها و مبانی نظری نهفته است که به اداره‌ی سازمان‌ها کمک می‌کند، بلکه به جنبه‌های انسانی، مالی، تولیدی، بازاریابی، و استراتژیک نیز مرتبط می‌شود. در واقع، مدیریت کسب و کار به فرآیندهایی اشاره دارد که در آن‌ها تلاش می‌شود تا منابع و توانمندی‌های مختلف یک سازمان به‌طور مؤثر برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، رهبری، و کنترل شوند. در دنیای امروز که با تحولات سریع و مستمر در دنیای کسب و کار مواجه هستیم، داشتن درک عمیق از این مفهوم و تمام اجزای آن برای دانشجویان و متخصصان صنعت ضروری به نظر می‌رسد. عدم آگاهی نسبت به این جنبه‌ها می‌تواند منجر به چالش‌های جدی در عملکرد کسب و کارها شود و در عصر حاضر، برای رشد و موفقیت، مدیریت صحیح و کارآمد اجباری است.

به همین ترتیب، باید به توانایی‌های بین‌فرهنگی و بین‌المللی در مدیریت کسب و کار نیز توجه داشته باشیم. در عصر جهانی‌سازی، کسب و کارها دیگر محدود به مرزهای جغرافیایی نیستند و به این ترتیب، مدیران باید قادر به درک و تعامل با فرهنگ‌ها و بازارهای مختلف باشند. این به معنای گسترش افق دید و درک بیشتری از نیازها و ترجیحات مشتریان در نقاط مختلف جهان است. یکی دیگر از ابعاد مهم مدیریت کسب و کار، توجه به جنبه‌های انسانی آن است. در این راستا، مدیریت منابع انسانی می‌تواند به عنوان هسته مرکزی در فرایندهای مدیریتی تلقی شود. تأمین و حفظ نیروی کار باکیفیت، ایجاد محیطی مناسب برای کار، و انگیزش کارکنان از جمله چالش‌هایی هستند که مدیران باید با آن‌ها مواجه شوند. این به‌ویژه در شرایطی که تغییرات سریع و پیش‌بینی‌ناپذیر در محیط کار وجود دارد، به چالشی مضاعف تبدیل می‌شود.

از منظر مالی نیز، یک مدیر کسب و کار باید قادر به اتخاذ تصمیمات مالی هوشمند باشد. این شامل برنامه‌ریزی مالی، تجزیه و تحلیل هزینه‌ها و درآمدها، و مدیریت موجودی نقدی است. دانستن چگونگی تخصیص بهینه منابع مالی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت کسب و کار ایفا کند. زیرا در دنیای پرقابله امروز، کسب و کارها باید به‌طور مؤثر و کارآمد، منابع مالی محدود خود را مدیریت کنند تا بتوانند به اهداف معین خود دست پیدا کنند. علاوه بر این، ابعاد استراتژیک مدیریت کسب و کار نیز باید مورد توجه قرار گیرد. هر کسب و کاری نیازمند داشتن یک استراتژی روشن و هماهنگ برای دستیابی به اهداف خود است. این استراتژی باید شامل تحلیل بازار، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها، و تعیین مسیرهای رشد باشد. برای این منظور، داشتن توانایی در تحلیل داده‌ها و استفاده از روش‌های پیشرفته تحلیلی می‌تواند مزیت بزرگی باشد.

در نهایت، به‌دلیل تحولاتی که در بحران‌های جهانی مانند پاندمی‌ها، جنگ‌ها، و تغییرات اقلیمی بوجود آمده، سازمان‌ها نیازمند انعطاف‌پذیری هستند. در این شرایط، قابلیت انطباق با تغییرات و استفاده بهینه از فرصت‌ها می‌تواند نقش بسزایی در بقا و موفقیت آن‌ها ایفا کند. به این ترتیب، می‌توان گفت که مدیریت کسب و کار یک علم و هنر است که نیاز به تسلط بر دانش‌های متنوع و به‌روز دارد. این امر به‌ویژه در مقاطع آموزشی و تحصیلات آکادمیک از اهمیت بیشتری برخوردار است. دانشجویان و متخصصان باید به‌طور مداوم در حال یادگیری و بهبود مهارت‌های خود باشند تا بتوانند با چالش‌های مختلف در این زمینه مقابله کنند و به موفقیت دست یابند. در نتیجه، درک عمیق‌تر از مدیریت کسب و کار و تمام اجزای آن، نه تنها به‌عنوان یک ضرورت برای متخصصان و دانشجویان این حوزه مطرح است، بلکه به‌عنوان یک نیاز اساسی برای هر فردی که در دنیای رقابتی امروز به دنبال موفقیت است، تلقی می‌شود. بنابراین، این پیشگفتار مسیری را ترسیم می‌کند که در آن می‌توان به شناخت جامع‌تری از مدیریت کسب و کار رسید و از آن به‌عنوان ابزاری کارآمد در راستای تحقق اهداف اقتصادی و اجتماعی بهره برد.

فهرست مندرجات

۱۸	 مقدمه
۲۱	 برنامه ریزی آموزشی درس مدیریت کسب و کار حسابداری
۲۲	 پیش درآمد: مفهوم مدیریت کسب و کار
۲۲	 برنامه ریزی :
۲۲	 سازمان دهی :
۲۲	 رهبری :
۲۲	 کنترل :
۲۴	 توسعه منابع انسانی :
۲۴	 بازاریابی :
۲۴	 عملیات :
۲۴	 مدیریت مالی :
۲۴	 اهمیت و ضرورت مدیریت کسب و کار
۲۵	 سوالات مقدمه و پاسخ های شما:
۲۷	 موردپژوهی مرتبط با موضوع
۳۱	 فصل اول: اخلاق و احکام اسلامی کسب و کار
۳۱	 مقدمه
۳۱	 ۱.۱. مفهوم اخلاق در کسب و کار اسلامی
۳۱	 ۱.۲. اصول اخلاقی در کسب و کار اسلامی
۳۲	 ۱.۳. احکام اسلامی در کسب و کار
۳۳	 ۱.۴. تأثیر اخلاق و احکام اسلامی بر موفقیت کسب و کار
۳۴	 نتیجه گیری
۳۵	 سوالات فصل و پاسخ های شما:
۳۷	 موردپژوهی مرتبط با موضوع فصل
۴۱	 فصل دوم: مدیریت استراتژیک
۴۱	 مقدمه
۴۱	 ۲.۱. تعریف مدیریت استراتژیک
۴۱	 ۲.۲. مراحل مدیریت استراتژیک
۴۱	 ۲.۲.۱. تحلیل محیطی
۴۲	 ۲.۲.۲. تعیین مأموریت و چشم انداز
۴۲	 ۲.۲.۳. تدوین استراتژی

۴۲	۲.۲.۴. اجرای استراتژی.....
۴۲	۲.۲.۵. ارزیابی و کنترل.....
۴۲	۲.۳. بهبود مستمر در مدیریت استراتژیک.....
۴۲	۲.۴. تأثیر فناوری بر مدیریت استراتژیک.....
۴۳	۲.۵. چالش‌های مدیریت استراتژیک.....
۴۳	۲.۶. آفت‌ها و تهدیدها در کسب و کار مالی.....
۴۳	۲.۶.۱. خطاهای انسانی.....
۴۳	۲.۶.۲. تقلب و کلاهبرداری.....
۴۴	۲.۶.۳. تغییرات قانونی و نظارتی.....
۴۴	۲.۶.۴. رقابت فزاینده.....
۴۴	۲.۶.۵. فناوری و امنیت سایبری.....
۴۴	۲.۶.۶. ناهماهنگی در فرآیندها.....
۴۴	۲.۶.۷. بحران‌های اقتصادی.....
۴۴	۲.۶.۸. عدم تطابق اطلاعات مالی ..
۴۴	۲.۶.۹. مشکل در جذب و نگهداری افراد ماهر.....
۴۵	۲.۶.۱۰. نوسانات نرخ ارز.....
۴۵	۲.۶.۱۱. بی‌اعتمادی عمومی.....
۴۵	۲.۶.۱۲. عدم آینده‌پژوهی و کسب آمادگی.....
۴۵	۲.۷. راه‌های مقابله و پیشگیری از تهدیدات.....
۴۵	۲.۷.۱. آموزش و افزایش آگاهی.....
۴۵	۲.۷.۲. تدوین سیاست‌های داخلی.....
۴۶	۲.۷.۳. نظارت و بازرسی.....
۴۶	۲.۷.۴. به کارگیری فناوری‌های نوین.....
۴۶	۲.۷.۵. ارزیابی مستمر ریسک.....
۴۶	۲.۷.۶. همکاری و ارتباطات.....
۴۶	۲.۷.۷. مداخله سریع.....
۴۶	۲.۷.۸. ایجاد فرهنگ سازمانی.....
۴۷	۲.۷.۹. استفاده از حساب‌رسان خارجی.....
۴۷	۲.۷.۱۰. بررسی و به‌روزرسانی مداوم.....
۴۷	نتیجه‌گیری.....
۴۸	سوالات فصل و پاسخ‌های شما:.....
۵۰	موردپژوهی مرتبط با موضوع فصل.....

۵۴	فصل سوم: نظریه‌های سازمان و مدیریت
۵۴	مقدمه
۵۴	۳.۱. نظریه‌های کلاسیک سازمان
۵۴	۳.۱.۱. نظریه بوروکراسی ماکس وبر
۵۴	۳.۱.۲. مدیریت علمی فردریک تیلور
۵۵	۳.۱.۳. نظریه کلاسیک هنری فایول
۵۶	۳.۲. نظریه‌های رفتار سازمانی
۵۶	۳.۲.۱. نظریه نیازهای مازلو
۵۶	۳.۲.۲. نظریه دو عاملی هرتزبرگ
۵۶	۳.۳. نظریه‌های سیستمی سازمان
۵۶	۳.۳.۱. نظریه سیستم‌های باز
۵۷	۳.۳.۲. نظریه پیچیدگی
۵۷	۳.۴. نظریه‌های نوین مدیریتی
۵۷	۳.۴.۱. مدیریت دانش
۵۷	۳.۴.۲. رهبری تحول‌آفرین
۵۷	نتیجه‌گیری
۵۸	سوالات فصل و پاسخ‌های شما:
۶۰	موردپژوهی مرتبط با موضوع فصل
۶۴	فصل چهارم: مدیریت رفتار سازمانی
۶۴	مقدمه
۶۴	۴.۱. تعریف رفتار سازمانی
۶۴	۴.۲. عوامل مؤثر بر رفتار سازمانی
۶۴	۴.۲.۱. فرهنگ سازمانی
۶۴	۴.۲.۲. ساختار سازمانی
۶۸	۴.۲.۳. رهبری
۶۸	۴.۳. نظریه‌های رفتار سازمانی
۶۸	۴.۳.۱. نظریه نیازها (مازلو)
۶۸	۴.۳.۲. نظریه دو عاملی هرتزبرگ
۶۹	۴.۳.۳. تئوری X و Y مک‌گریگور
۶۹	۴.۴. رفتار گروهی
۶۹	۴.۴.۱. تشکیل و توسعه گروه‌ها
۶۹	۴.۴.۲. دینامیک‌های گروهی

۶۹	۴.۵. انگیزش در محیط کار
۶۹	۴.۵.۱. نظریه‌های انگیزش
۷۰	۴.۵.۲. تأثیر انگیزش بر عملکرد
۷۰	۴.۶. رضایت شغلی و حفظ کارکنان
۷۰	۴.۶.۱. عوامل مؤثر بر رضایت شغلی
۷۰	۴.۶.۲. پیوند میان رضایت شغلی و حفظ کارکنان
۷۰	نتیجه‌گیری
۷۱	سوالات فصل و پاسخ‌های شما:
۷۳	موردپژوهی مرتبط با موضوع فصل
۷۸	فصل پنجم: مدیریت عملیات
۷۸	مقدمه
۷۸	۱.۵. تعریف مدیریت عملیات
۷۸	۲.۵. اهمیت مدیریت عملیات
۷۸	۳.۵. مراحل مدیریت عملیات
۷۹	۵.۳.۱. طراحی فرآیند
۷۹	۵.۳.۲. برنامه‌ریزی و پیش‌بینی
۷۹	۵.۳.۳. کنترل کیفیت
۷۹	۵.۳.۴. مدیریت زنجیره تأمین
۷۹	۴.۵. نظریه‌ها و مدل‌های مدیریت عملیات
۷۹	۵.۴.۱. نظریه مدیریت کیفیت
۸۰	۵.۴.۲. نظریه بموقع
۸۰	۵.۵. ابزارها و تکنیک‌های مدیریت عملیات
۸۰	۵.۵.۱. نمودارهای کنترل
۸۰	۵.۵.۲. تحلیل و طراحی وضعیت کار
۸۰	۵.۵.۳. مدل‌های شبیه‌سازی
۸۰	۵.۶. مدلسازی فرآیندهای کسب و کار (BPM)
۸۱	۵.۶.۱. اهمیت مدل کسب و کار
۸۲	۵.۶.۲. اجزای مدل کسب و کار
۸۲	۵.۶.۳. تفاوت بین طرح کسب و کار و مدل کسب و کار
۸۳	۵.۶.۴. اجزای اصلی مدل کسب و کار
۸۳	۵.۶.۴. اجزای کلیدی مدل کسب و کار
۸۴	۵.۶.۵. گام‌های اجرایی در نوشتن مدل کسب و کار

۸۶	۵.۷. بررسی موفقیت در مدیریت عملیات
۸۶	۵.۸. چالش‌های مدیریت عملیات
۸۷	نتیجه‌گیری
۸۸	سوالات فصل و پاسخ‌های شما:
۹۰	موردپژوهی مرتبط با موضوع فصل
۹۵	فصل ششم: تصمیم‌گیری برای مدیران
۹۵	مقدمه
۹۵	۱.۶. تعریف تصمیم‌گیری
۹۵	۲.۶. انواع تصمیم‌گیری
۹۵	۲.۱.۶. تصمیمات برنامه‌ریزی‌شده
۹۵	۲.۲.۶. تصمیمات غیر برنامه‌ریزی‌شده
۹۶	۳.۶. فرایند تصمیم‌گیری
۹۶	۳.۱.۶. شناسایی مشکل
۹۶	۳.۲.۶. ایجاد گزینه‌ها
۹۶	۳.۳.۶. ارزیابی گزینه‌ها
۹۶	۳.۴.۶. انتخاب بهترین گزینه
۹۶	۳.۵.۶. اجرا
۹۶	۳.۶.۶. ارزیابی نتایج
۹۷	۴.۶. تکنیک‌ها و ابزارهای تصمیم‌گیری
۹۷	۴.۱.۶. تحلیل SWOT
۹۷	۴.۲.۶. تصمیم‌گیری چندمعیاره (MCDM)
۹۷	۴.۳.۶. شبیه‌سازی و مدل‌سازی
۹۷	۵.۶. تصمیم‌گیری گروهی
۹۷	۵.۱.۶. مزایا و معایب تصمیم‌گیری گروهی
۹۸	۶.۶. تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت
۹۸	۱.۶.۶. نظریه پردازش اطلاعات غیرقطعی
۹۸	۷.۶. نقش فناوری در تصمیم‌گیری
۹۸	نتیجه‌گیری
۹۹	سوالات فصل و پاسخ‌های شما:
۱۰۱	موردپژوهی مرتبط با موضوع فصل
۱۰۵	فصل هفتم: مدیریت منابع انسانی
۱۰۵	۷.۱. مقدمه

- ۷.۲. تاریخچه مدیریت منابع انسانی ۱۰۵
- ۷.۳. تعریف و اهداف مدیریت منابع انسانی ۱۰۵
- ۷.۴. فرآیندهای اصلی مدیریت منابع انسانی ۱۰۶
- ۷.۴.۱. جذب و استخدام ۱۰۶
- ۷.۴.۲. آموزش و توسعه ۱۰۶
- ۷.۴.۳. ارزیابی عملکرد ۱۰۶
- ۷.۴.۴. مدیریت ارتباطات ۱۰۶
- ۷.۴.۵. مدیریت تنوع ۱۰۷
- ۷.۵. نقش فرهنگ سازمانی ۱۰۷
- ۷.۵.۱. اهمیت اخلاق و صداقت ۱۰۷
- ۷.۵.۲. دقت و صحت اطلاعات ۱۰۷
- ۷.۵.۳. شفافیت مالی ۱۰۸
- ۷.۵.۴. توجه به مسئولیت اجتماعی ۱۰۸
- ۷.۵.۵. نوآوری و تطابق با تغییرات ۱۰۸
- ۷.۵.۶. کارایی فرآیندها ۱۰۸
- ۷.۵.۷. مدیریت ریسک ۱۰۸
- ۷.۵.۸. ارتباطات مؤثر ۱۰۸
- ۷.۵.۹. توسعه مهارت‌ها و آموزش ۱۰۸
- ۷.۵.۱۰. ارزیابی عملکرد و بازخورد ۱۰۹
- ۷.۶. چالش‌های مدیریت منابع انسانی ۱۰۹
- ۱.۱.۷.۶. فناوری و دیجیتالی شدن ۱۰۹
- ۲.۷.۶. تغییرات اقتصادی ۱۰۹
- ۷.۶.۳. تغییرات اجتماعی ۱۰۹
- ۷.۷. استراتژی‌های مؤثر در مدیریت منابع انسانی ۱۰۹
- ۷.۷.۱. برنامه‌ریزی منابع انسانی ۱۰۹
- ۷.۷.۲. توسعه رهبری ۱۱۰
- ۷.۷.۳. استفاده از فناوری اطلاعات ۱۱۰
- ۷.۷.۴. ایجاد محیط کار حمایتی ۱۱۰
- ۷.۸. ویژگی‌ها و توانایی‌های پرسنل ۱۱۰
- ۷.۸.۱. ویژگی‌های انسانی ۱۱۰
- ۷.۸.۲. مهارت‌های تحلیلی و تصمیم‌گیری ۱۱۱
- ۷.۸.۳. مهارت‌های ارتباطی ۱۱۱

- ۷.۸.۴ توانایی یادگیری و انطباق ۱۱۱
- نتیجه‌گیری ۱۱۱
- سوالات فصل و پاسخ‌های شما: ۱۱۲
- موردپژوهی مرتبط با موضوع فصل ۱۱۴
- فصل هشتم: مدیریت بازاریابی ۱۱۹
- ۸.۱ مقدمه ۱۱۹
- ۸.۲ فرآیند بازاریابی ۱۱۹
- ۸.۲.۱ تحلیل بازار ۱۱۹
- ۸.۲.۲ تقسیم‌بندی بازار ۱۱۹
- ۸.۲.۳ هدف‌گذاری ۱۱۹
- ۸.۲.۴ موقعیت‌یابی ۱۲۰
- ۸.۳ استراتژی‌های بازاریابی ۱۲۰
- ۸.۳.۱ استراتژی محصول ۱۲۰
- ۸.۳.۲ استراتژی قیمت‌گذاری ۱۲۰
- ۸.۳.۳ استراتژی توزیع ۱۲۰
- ۸.۳.۴ استراتژی ترویج ۱۲۰
- ۸.۴ ابزارهای بازاریابی ۱۲۱
- ۸.۴.۱ بازاریابی دیجیتال ۱۲۱
- ۸.۴.۲ بازاریابی محتوا ۱۲۱
- ۸.۴.۳ شبکه‌های اجتماعی ۱۲۱
- ۸.۴.۴ بازاریابی چهره به چهره ۱۲۲
- ۸.۴.۵ روابط عمومی ۱۲۲
- ۸.۴.۶ تبلیغات آنلاین ۱۲۲
- ۸.۴.۷ بازاریابی ایمیلی ۱۲۲
- ۸.۴.۸ فرصت‌های همکاری ۱۲۲
- ۸.۴.۹ طراحی تجارب کاربری ۱۲۳
- ۸.۴.۱۰ به کارگیری تحلیل داده ۱۲۳
- ۸.۴.۱۱ سمینارها، وبینارها و کارگاه‌های آموزشی ۱۲۳
- ۸.۴.۱۲ ویدئو مارکتینگ ۱۲۳
- ۸.۴.۱۳ ارزیابی و تحلیل عملکرد ۱۲۳
- ۸.۴.۱۴ استفاده از نظرسنجی مشتریان ۱۲۴
- ۸.۴.۱۵ گواهینامه‌ها و مجوزها ۱۲۴

۱۲۴	۸.۴.۱۶. ترویج فروش
۱۲۴	۸.۵. ارزیابی عملکرد بازاریابی
۱۲۴	۱.۸.۵. معیارهای ارزیابی
۱۲۴	۲.۸.۵. بازخورد مشتری
۱۲۵	۸.۶. چالش‌های مدیریت بازاریابی
۱۲۵	۸.۶.۱. تغییرات فناوری
۱۲۵	۸.۶.۲. رقابت جهانی
۱۲۵	۸.۶.۳. تغییرات نیازها و رفتارهای مصرف‌کنندگان
۱۲۵	نتیجه‌گیری
۱۲۶	سوالات فصل و پاسخ‌های شما:
۱۲۸	موردپژوهی مرتبط با موضوع فصل
۱۳۳	فصل نهم: روش تحقیق کسب کار
۱۳۳	مقدمه
۱۳۳	۹.۱. تعریف و اهمیت تحقیق کسب و کار
۱۳۳	۹.۲. انواع روش‌های تحقیق
۱۳۴	۹.۲.۱. روش تحقیق کیفی
۱۳۴	۹.۲.۲. روش تحقیق کمی
۱۳۴	۳.۹. فرآیند تحقیق کسب و کار
۱۳۴	۹.۳.۱. تعریف مسئله
۱۳۵	۹.۳.۲. تعیین اهداف تحقیق
۱۳۵	۹.۳.۳. انتخاب روش تحقیق
۱۳۵	۹.۳.۴. جمع‌آوری داده
۱۳۵	۹.۳.۵. تحلیل داده
۱۳۵	۹.۳.۶. ارائه نتایج
۱۳۵	۹.۴. ابزارهای تحقیق
۱۳۵	۹.۴.۱. پرسشنامه‌ها
۱۳۵	۹.۴.۲. مصاحبه‌ها و گروه‌های تمرکز
۱۳۶	۹.۴.۳. نرم‌افزارهای تحلیل داده
۱۳۶	۹.۵. ملاحظات اخلاقی در تحقیقات تجاری
۱۳۶	۹.۶. یافته‌ها و تفسیر
۱۳۶	۹.۷. چالش‌ها و محدودیت‌های تحقیق
۱۳۷	۷.۱.۹. محدودیت‌های مربوط به نمونه‌گیری

- ۷.۲.۹. اجتناب از تعصبات ۱۳۷
- نتیجه‌گیری ۱۳۷
- سوال‌ات فصل و پاسخ‌های شما: ۱۳۸
- موردپژوهی مرتبط با موضوع فصل ۱۴۰
- پروژه: پروژه نهایی درس مدیریت کسب و کار ۱۴۵
- واژه نامه توسعه یافته برخی اصطلاحات مدیریت کسب و کار: ۱۵۰
- منابع و ماخذ ۱۶۳

www.ketab.ir

مقدمه

در دنیای پیچیده و پرسرعت امروز، علم مدیریت کسب و کار به عنوان یکی از ارکان اساسی در تحقق اهداف سازمان‌ها شناخته می‌شود. با گسترش روزافزون اقتصاد جهانی، نیاز به آشنایی و درک اصول و تکنیک‌های مؤثر مدیریت در میان حرفه‌ای‌های جوان، به ویژه دانشجویان بیش از پیش احساس می‌شود. مدیریت کسب و کار، به عنوان یک علم چندرشته‌ای، ابعاد مختلفی از جمله استراتژی، رفتار سازمانی، بازاریابی و منابع انسانی را در بر می‌گیرد. در این راستا، تألیف کتابی آموزشی برای دانشجویان مقطع کارشناسی می‌تواند به تقویت مهارت‌ها و آگاهی‌های آنان در زمینه‌های مختلف مدیریتی کمک شایانی نماید.

هدف این کتاب، آموزش مباحث کلیدی و مفاهیم اساسی علم مدیریت کسب و کار با تأکید بر کاربردی بودن آنان برای دانشجویان است. این کتاب به دنبال ارتقای تفکر تحلیلی و انتقادی دانشجویان در مواجهه با چالش‌های مدیریتی و تصمیم‌گیری‌های کسب و کار می‌باشد. هر فصل این کتاب با ارائه تعاریف و توضیحات پایه‌ای در مورد موضوعات مختلف مدیریتی آغاز می‌شود و در انتها با طرح سؤالات مهم، زمینه‌ساز درک عمیق‌تر و تأمل در موضوعات مطرح شده می‌شود.

فصل‌های کتاب

کتاب شامل نه فصل است که هر یک به موضوعات خاصی می‌پردازد:

فصل اول: این فصل به بررسی اخلاق و احکام اسلامی کسب و کار می‌پردازد. اهمیت اخلاق در فضای کسب‌وکار و تأثیر آن بر تصمیمات مدیریتی مورد بحث قرار می‌گیرد. همچنین، بررسی تعاملات میان اصول اسلامی و قواعد کسب‌وکار مدرن یکی از محورهای اصلی این فصل است.

فصل دوم: این فصل به مدیریت استراتژیک اختصاص دارد. در این بخش، فرآیندهای تحلیل، برنامه‌ریزی و اجرای استراتژی‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. اهمیت رویکرد استراتژیک در موفقیت سازمان‌ها و نحوه شناسایی و استفاده از فرصت‌ها در بازار نیز از جمله مسائل مطرح شده است.

فصل سوم: در این فصل، به نظریه‌های سازمان و مدیریت پرداخته می‌شود. با معرفی انواع نظریه‌ها و مدل‌های مدیریتی، رابطه میان ساختار سازمانی و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی تشریح می‌شود.

فصل چهارم: این فصل به مدیریت رفتار سازمانی می‌پردازد که شامل بررسی الگوهای رفتاری کارکنان، فرهنگ سازمانی و تأثیرات آن بر عملکرد سازمان می‌باشد. تحلیل رفتار انسانی در محیط کاری و روش‌های ایجاد انگیزه و رضایت شغلی موضوعات اصلی این فصل خواهند بود.

فصل پنجم: مدیریت عملیات یک جزء اساسی برای موفقیت سازمان‌ها است. این فصل به بررسی فرآیندها، روش‌ها و تکنیک‌های بهینه‌سازی عملیات پرداخته و به دانشجویان کمک می‌کند تا درک بهتری از کارآمدی فرآیندهای عملیاتی کسب نمایند.

فصل ششم: در این فصل، مدیریت تصمیم‌گیری بررسی می‌شود. فرآیندهای تصمیم‌گیری در مدیریت، ابزارها و تکنیک‌های مرتبط و روش‌های ارزیابی نتایج تصمیمات، از جمله مباحث مهم این فصل خواهد بود.

فصل هفتم: این فصل به مدیریت منابع انسانی اختصاص داده شده و به بررسی اهمیتی که سرمایه انسانی در سازمان‌ها دارد، می‌پردازد. ضمن مرور فرآیندهای جذب، آموزش، ارزیابی و حفظ منابع انسانی، تأثیر منابع انسانی بر عملکرد کلی سازمان نیز مورد بحث قرار می‌گیرد.

فصل هشتم: مدیریت بازاریابی به عنوان یکی از مهم‌ترین ابعاد کسب‌وکار مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این فصل، مفاهیم مرتبط با استراتژی‌های بازاریابی، تحلیل بازار و رفتار مشتری بررسی خواهد شد.

فصل نهم: روش تحقیق کسب و کار یک فرآیند نظام‌مند و منطقی است که به منظور جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر اطلاعات برای اتخاذ تصمیمات تجاری انجام می‌شود و به مدیران و کارآفرینان کمک می‌کند تا درک بهتری از بازار، رقبا و مشتریان داشته باشند.

روش تالیف و ارجاع دهی منابع

در تالیف این کتاب، از منابع علمی و پژوهشی معتبر بین‌المللی استفاده شده است. این منابع شامل کتاب‌ها، مقالات و تحقیقاتی هستند که به روزرسانی شده و بر اساس جدیدترین یافته‌های علمی تنظیم گردیده‌اند. رفرنس‌دهی به روش APA استاندارد در تمامی فصول رعایت شده تا خوانندگان بتوانند به منابع اصلی مراجعه نموده و عمیق‌تر در خصوص هر موضوع مطالعه کنند.

هدف از تألیف این کتاب

این کتاب با هدف تجهیز دانشجویان مقطع کارشناسی به دانش و مهارت‌های لازم جهت مدیریت مؤثر کسب‌وکار و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک ارائه شده است. با فراهم کردن درک عمیق از مفاهیم مدیریت و تقویت توانایی‌های تحلیلی و انتقادی دانشجویان، هدف نهایی ما پرورش مدیران آینده، کارآفرینان و حرفه‌ای‌های توانمند در دنیای کسب‌وکار است. با توجه به تحولات روزافزون دنیای کسب و کار و پیچیدگی‌های آن، ارائه یک منبع آموزشی جامع و کاربردی برای دانشجویان امری ضروری و حیاتی به نظر می‌رسد. امید است این کتاب بتواند به عنوان مرجعی مفید در یادگیری و درک مفاهیم مدیریت کسب و کار برای دانشجویان عمل کند و آنان را در مسیر حرفه‌ای خود یاری رساند.

www.ketab.ir