

ترجمه و چاپ در ایران، تحت امتیاز
انتشارات وایلی توسط انتشارات آوند دانش

WILEY

مدیریت اجرایی (MBA)

FOR
DUMMIES®

نوشته‌ی کتلین آر.الن، پیتر اکونومی

برگردان: منیره معتقدی



آوند دانش

فهرست مطالب در یک نگاه

مقدمه.....	۱
بخش ۱: دنیای جدید و پیشرفته‌ی کسب‌وکار	۷
فصل ۱: خلاصه‌ای از MBA.....	۹
فصل ۲: مهم‌ترین روندهای کسب‌وکار در دنیای امروز.....	۲۱
فصل ۳: کارآفرینی برای همه.....	۳۵
فصل ۴: کسب‌وکارهای جهانی: تفریح و سود در کاتماندو.....	۵۷
فصل ۵: برنامه‌ریزی راهبردی.....	۷۷
بخش ۲: اداره‌کردن یک کسب‌وکار در دنیای جدید	۱۰۱
فصل ۶: اداره‌کردن سخت است، رهبری کردن سخت‌تر.....	۱۰۳
فصل ۷: سیاست تنبیه و تشویق: الفبای انگیزه‌بخشی به کارکنان.....	۱۲۵
فصل ۸: چگونه کارمندان خوب استخدام کرده و حفظشان کنید.....	۱۴۵
فصل ۹: یکی برای همه و همه برای یکی: ایجاد گروه‌های مؤثر و کارآمد.....	۱۶۷
بخش ۳: پول: از آنچه نمی‌دانید، ضربه می‌خورید	۱۸۵
فصل ۱۰: همه‌چیز درباره‌ی حسابداری.....	۱۸۷
فصل ۱۱: پرداختن به صورت‌حساب‌های مالی.....	۲۱۱
فصل ۱۲: کشف رموز برنامه‌ریزی و تحلیل مالی.....	۲۲۳
فصل ۱۳: آشنایی با سهام و اوراق بهادار.....	۲۴۷
فصل ۱۴: برای پول درآوردن، پول لازم است.....	۲۶۷
بخش ۴: بازاریابی در دنیای جدید	۲۸۹
فصل ۱۵: بدون مشتری هیچ هستید.....	۲۹۱
فصل ۱۶: جلب‌توجه با تبلیغات.....	۳۱۵
فصل ۱۷: یافتن مسیر خود در دنیای جدید فروش.....	۳۳۱
بخش ۵: سایر مباحث مهم	۳۴۹
فصل ۱۸: تولید و توزیع: دنیای قشنگ نو.....	۳۵۱
فصل ۱۹: زیربوم مدیریت ریسک.....	۳۷۱

فصل ۲۰: در کسب و کار، مذاکره یعنی همه چیز ۳۹۱

فصل ۲۱: مبانی علم اقتصاد ۴۰۷

بخش ۶: بخش ده تایی ها ۴۲۱

فصل ۲۲: ده اشتباه بزرگی که مدیران مرتکب می شوند ۴۲۳

فصل ۲۳: ده روش کارآمد برای بازاریابی محصولات و خدمات ۴۲۹

فصل ۲۴: ده گام برای بهبود نقدینگی ۴۳۵

۷ ۴۳۵

۸ ۴۳۵

۹ ۴۳۵

۱۰ ۴۳۵

۱۱ ۴۳۵

۱۲ ۴۳۵

۱۳ ۴۳۵

۱۴ ۴۳۵

۱۵ ۴۳۵

۱۶ ۴۳۵

۱۷ ۴۳۵

۱۸ ۴۳۵

۱۹ ۴۳۵

۲۰ ۴۳۵

۲۱ ۴۳۵

۲۲ ۴۳۵

۲۳ ۴۳۵

۲۴ ۴۳۵

۲۵ ۴۳۵

۲۶ ۴۳۵

۲۷ ۴۳۵

۲۸ ۴۳۵

۲۹ ۴۳۵

۳۰ ۴۳۵

۳۱ ۴۳۵

۳۲ ۴۳۵

۳۳ ۴۳۵

۳۴ ۴۳۵

۳۵ ۴۳۵

۳۶ ۴۳۵

۳۷ ۴۳۵

۳۸ ۴۳۵

۳۹ ۴۳۵

۴۰ ۴۳۵

۴۱ ۴۳۵

۴۲ ۴۳۵

۴۳ ۴۳۵

۴۴ ۴۳۵

۴۵ ۴۳۵

۴۶ ۴۳۵

۴۷ ۴۳۵

۴۸ ۴۳۵

۴۹ ۴۳۵

۵۰ ۴۳۵

۵۱ ۴۳۵

۵۲ ۴۳۵

۵۳ ۴۳۵

۵۴ ۴۳۵

۵۵ ۴۳۵

۵۶ ۴۳۵

۵۷ ۴۳۵

۵۸ ۴۳۵

۵۹ ۴۳۵

۶۰ ۴۳۵

۶۱ ۴۳۵

۶۲ ۴۳۵

۶۳ ۴۳۵

۶۴ ۴۳۵

۶۵ ۴۳۵

۶۶ ۴۳۵

۶۷ ۴۳۵

۶۸ ۴۳۵

۶۹ ۴۳۵

۷۰ ۴۳۵

۷۱ ۴۳۵

۷۲ ۴۳۵

۷۳ ۴۳۵

۷۴ ۴۳۵

۷۵ ۴۳۵

۷۶ ۴۳۵

۷۷ ۴۳۵

۷۸ ۴۳۵

۷۹ ۴۳۵

۸۰ ۴۳۵

۸۱ ۴۳۵

۸۲ ۴۳۵

۸۳ ۴۳۵

۸۴ ۴۳۵

۸۵ ۴۳۵

۸۶ ۴۳۵

۸۷ ۴۳۵

۸۸ ۴۳۵

۸۹ ۴۳۵

۹۰ ۴۳۵

۹۱ ۴۳۵

۹۲ ۴۳۵

۹۳ ۴۳۵

۹۴ ۴۳۵

۹۵ ۴۳۵

۹۶ ۴۳۵

۹۷ ۴۳۵

۹۸ ۴۳۵

۹۹ ۴۳۵

۱۰۰ ۴۳۵

خلاصه‌ای از MBA

در این فصل

- ◀ نیاز به داشتن مدرک MBA
- ◀ زیرنظر داشتن دنیای پویای تجارت امروز
- ◀ رهبری بهترین کارمندان
- ◀ درک اهمیت پول
- ◀ یافتن و حفظ مشتری از طریق فعالیت‌های پرزحمت بازاریابی

مدیران و صاحبان کسب‌وکار با مجموعه‌ای پیچیده از نظریه‌ها و شیوه‌های مدیریت و تفکراتی عجیب‌وغریب راجع به نحوه‌ی اداره‌ی کسب‌وکار مواجه‌اند. آیا تعجب دارد که چرا آن‌ها برای انجام امور به راه‌های محک‌خورده و جواب‌داده گرایش دارند؟ افراد با امور آشنا خو گرفته‌اند. به‌علاوه، یادگیری مجدد عادت‌های قدیمی زمان می‌برد و تغییر فرهنگ یک کسب‌وکار برای مواجهه با محیط جهانی تیزپا، تفریح و سرگرمی نیست. اگر واژه‌ی «مدیریت» را در وبگاه آمازون جست‌وجو کنید، بیش از ۶۰۰ هزار کتاب در این زمینه برای شما فهرست خواهد شد. به این رقم، ۶۰۰ هزار کتاب در زمینه‌ی بازاریابی و ۵۰۰ هزار کتاب در زمینه‌ی امور مالی اضافه کنید، احتمالاً دستان‌تان را بالا می‌برید و می‌گویید: «یا خدا!»

با اینکه تمام این کتاب‌ها مدعی تازه‌ترین و بهترین مطالب در زمینه‌ی نظریه و ابزار مدیریت هستند، واقعیت این است که خلاقانه‌ترین و پیشرفته‌ترین ابزارها دقیقاً همان نظریه‌های بنیادی مدیریت‌اند که با ظاهری جدید یا بسته‌بندی تازه عرضه شده‌اند. گل رُز با هر اسم دیگری هم که خوانده شود همچنان یک گل است. برای مثال، به چند روش مختلف می‌توان درباره‌ی مدیریت تغییر یا گروه‌های کاری مختار صحبت کرد؟ البته باید اذعان کرد که هواداران این نظریه‌ها و شیوه‌های «جدید»، واقعیت مشتری را بازگو می‌کنند: دنیا از بنیاد تغییر کرده و روش مدیران در اداره‌ی کسب‌وکار خود با تغییرات همگام نبوده است.

اگر دنیای کسب‌وکار نیاز به تغییر را تشخیص داده، این تغییر نیز به‌کندی در سالن‌های پراج بهترین مدارس عالی بازرگانی، پژوهاک یافته است. حتی دانش‌آموختگان بهترین مدارس عالی بازرگانی در دانشگاه‌های پیشتاز به‌دلیل پایبندی و پیروی از سنت‌ها و رسوم قدیمی مقصر شناخته می‌شوند. در بسیاری از برنامه‌های آموزشی MBA، هنوز