

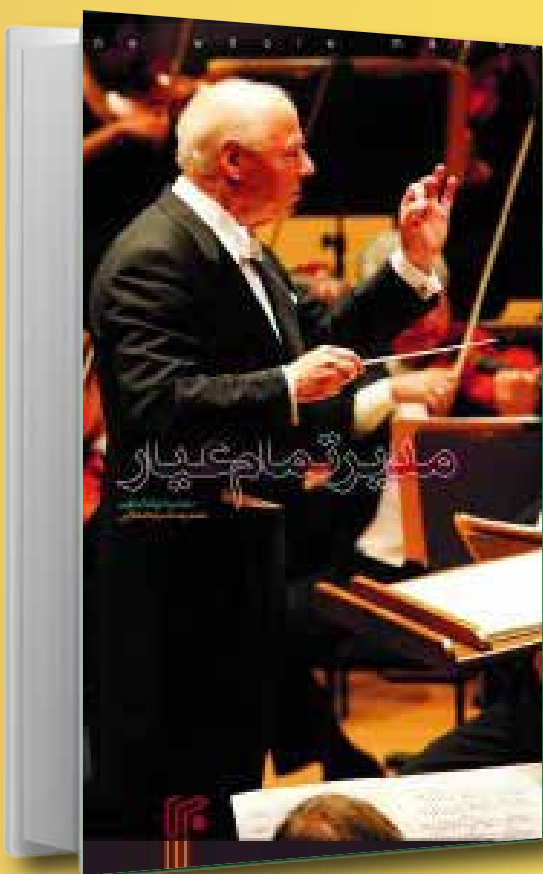
## بزودی

### مبانی ارتباط، تبلیغ و اقناع



کتاب حاضر در سه فصل به ارتباطات و تبلیغ، مبانی تبلیغ و اقناع می پردازد. در این کتاب از اقناع و ترغیب به عنوان یک فعال کننده یاد شده که هدف آنها پاسخ به نیازهای ترغیب کننده و ترغیب شونده است. علاقه مندان با خواندن این کتاب می توانند مفهوم دقیقی از ارتباط، انواع و روش های مختلف تبلیغ، بیاموزند. نویسندگان کتاب در فصل اول درباره ارتباطات و تبلیغ، روانشناسی اجتماعی در ارتباط جمعی و روش های تبلیغ سخن می گویند. در فصل دوم که «مبانی تبلیغ» نام دارد، ماهیت و چگونگی مکانیسم و کارکرد تبلیغات مطالب متنوعی را مطالعه می کنیم. «مبانی اقناع» نیز عنوان سومین و آخرین فصل کتاب است. نویسندگان در این فصل اقناع یا ترغیب را فعال کننده ای دوسویه معرفی می کنند که هدف آن پاسخ به نیازهای ترغیب شونده است. تعریف اقناع، شیوه های آن و تفاوت های بین شیوه های اقناعی در این فصل به صورت کامل توصیف شده اند.

**برشی از کتاب:** «تبلیغ هر چه طولانی تر باشد و تداوم بیشتری داشته باشد در جهت اهداف تعیین شده مبلغ، کارسازتر و اثرگذارتر است. منظور از طولانی بودن و دوام یعنی مدت زمانی که مفاهیم مستقر در تبلیغ تکرار و ادامه می یابد. به عبارت دیگر هر چند پیام تبلیغ درازمدت باشد و بیشتر تکرار شود در ضمیر ناخود آگاه مخاطب بهتر و بیشتر جایگزین می شود و به اصطلاح در ذهن او ملکه می شود و از طریق واکنش های شرطی مخاطب نسبت به پیامدها و اهداف تعیین شده در آن عکس العمل مثبت و مطلوب نشان می دهد. نکته قابل توجه آن که منظور از مدت تبلیغ، زمانی که برای رساندن یک پیام تبلیغی به مخاطب یا مخاطبین طول می کشد، نیست، زیرا اگر چنین مقصودی مورد توجه باشد نه تنها سبب تأثیر بیشتر نخواهد بود بلکه به عکس ضد تبلیغ است و سبب خستگی و دلزدگی و عدم پذیرش مخاطب نیز می شود. بلکه هدف از تأکید بر زمان تبلیغ این است که پیامی نسبتاً کوتاه و جاذب در یک برنامه ریزی درازمدت و همه جانبه تهیه و منتشر شود و به کرات و در فواصل زمانی مشخص تکرار شود تا ناخود آگاه در ذهنیت مخاطب جایگزین و نهادینه شود.»



### مدیر تمام عیار

کتاب «مدیر تمام عیار» به بررسی زندگی مدیری خیالی به نام «هری تورپ» می پردازد و خواننده را با واقعیات و مشکلات یک مدیر روبه رو می سازد و سپس راه حل های کاربردی را ارائه می دهد. این کتاب در ۱۶ فصل راه های عملی برای حل چالش های مدیریتی در اختیار مخاطبان می گذارد و به مدیران کمک می کند تا اشتباهات رفتاری خود را شناسایی و برای آینده کاری خود برنامه ریزی کنند.

برشی از کتاب: در تعریف مدیریت گفته اند که «مدیریت به معنای انجام کار از طریق دیگران است.» از سوی دیگر مدیریت را هم «علم»، هم «هنر» و هم «فن» می دانند. تمامی این موارد صحیح است، زیرا در زندگی روزمره خود شاهدیم که برخی از افراد، ذاتاً مدیر هستند و به خوبی می دانند که چگونه دیگران را به کار گیرند. لکن از آنجایی که هم سازمان های امروزی بسیار پیچیده تر شده اند و هم انسان ها در رشته های مختلف تخصص پیدا کرده اند، دیگر نمی توان «به طور هیأتی» مدیریت کرد، بلکه لازم است که هم مدیران به اصطلاح «فطری» و هم افرادی که در رشته «مدیریت» تحصیل کرده اند، از نظریه های مدیریتی از یک سو و از ابزار کاربردی، از سوی دیگر، تا حد نیاز مطلع گردند و تجارب دیگران را مورد مطالعه قرار دهند. تجربه نشان داده است که صحبت و بحث مستمر در مورد تئوری یا نظریه، کمتر کارساز بوده است؛ لذا «عمل» که ناشی و برگرفته از تجربه های دیگران است، تکمیل کننده نظریه ها خواهد بود.



### مدیر تازه کار

تاکنون کتاب های بسیاری در زمینه مدیریت به رشته تحریر در آمده اما تعداد خیلی کمی از آنها برای مدیران جدید نگاشته شده است. بیشتر کتاب های مدیریتی آکنده از تئوری های مدیریت است، اما در واقعیت و عمل تفاوت دارند. در این کتاب مدیریت خود و هدایت کارکنان زیر دست و همچنین مهم ترین موضوعاتی که یک مدیر تازه کار در حیطه عمل، با آن مواجه خواهد شد به صورت گام به گام و کاربردی آموزش داده شده است. کتاب حاضر ۱۹ فصل دارد که هم برای مدیران تازه کار و هم برای مدیران کهنه کار آموزنده و جالب خواهد بود. مدیران الگوهای خوبی برای کارکنان زیر دست خود هستند و نظم و انضباط را به آنها آموزش می دهند، از طرفی کارکنان نیز باید دارای فرهنگ اداری باشند و نحوه تعامل با مدیر و همکاران خود را بدانند. کتاب «مدیر تازه کار» آموزنده است و مطالب مفیدی در اختیار خواننده می گذارد.

برشی از کتاب: مدیر و رهبر کسی است که بتواند آینده را بخوبی ببیند و نتیجه تصمیم های خود را از قبل مجسم سازد. مدیر خوب کسی است که بر اساس واقعیت تصمیم گیری کند. البته این بدین معنا نیست که عنصر نیروی انسانی نادیده گرفته شود، اما مدیر همیشه با واقعیات و حقایق سروکار دارد. بنابراین افراد به دلایل متعددی به مدیریت گمارده می شوند و اگر بر مبنای درستی انتخاب شوند، بهتر مورد پذیرش زیردستان جدید خود قرار می گیرند.