

عنوان مقاله:

بررسی هوش اجتماعی مدیران در عملکرد سازمانی یا شرکتها

محل انتشار:

ماهنامه برندآفرین، دوره 2، شماره 23 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مرتضی رنگ چیان - دانش پذیر DBA مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران

سید محمد مهاجر - رییس موسسه آموزش عالی ترجمان علوم

خلاصه مقاله:

در این تحقیق به بررسی تاثیر هوش اجتماعی مدیران بر عملکرد سازمان در شرکتهای تولیدی کوچک و بزرگ یزد با استفاده از روش کارت امتیازی متوازن پرداخته شده است. در این فصل از تحقیق، شرح کلیات تحقیق شامل بیان مسئله، ضرورت انجام تحقیق، فرضیه ها و اهداف تحقیق و همچنین روش شناسی تحقیق ارائه گردیده است. در طی دو دهه اخیر هوش اجتماعی یکی از مهمترین مباحث علوم اجتماعی و علوم انسانی از جمله در حوزه مدیریتی و سازمانی مورد توجه قرار گرفته است و همواره کاربردها و توانایی های آن در مقایسه با دیگر هوشها مورد بحث بوده است. ادوارد تورندایک، روانشناس دانشگاه کلمبیا و نخستین کسی که مفهوم هوش اجتماعی را طرح نمود، در مقاله ای که به سال ۱۹۲۰ در مجله ماهانه هارپر به چاپ رساند، چنین نوشت: هوش اجتماعی به طور مکرر در مهد کودک ها، زمین بازی، سربازخانه ها، کارخانجات و سالن های حراج خودنمایی می کند، اما در شرایط رسمی و استاندارد آزمایشگاهی نمی توان آن را یافت. تورندایک اشاره می کند که هوش اجتماعی برای موفقیت در بسیاری از عرصه ها، بویژه رهبری، اهمیت حیاتی دارد

کلمات کلیدی:

هوش اجتماعی، مدیران، عملکرد شرکت ها، یزد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1403130>

