

عنوان مقاله:

ارتباط تفکر استراتژیک و نوع شخصیت مدیران در سازمان های رسانه ای

محل انتشار:

فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران، دوره 10، شماره 40 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

سمانه آذریپور - کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه تهران

محمد ابویی اردکان - دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

آرین قلی پور - استاددانشکده مدیریت دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

چکیده: ظرفیت تفکر استراتژیک مدیران، باوجود محیط غیرقابل پیش بینی و به شدت پیچیده و رقابتی امروز صنعت رسانه، هسته مرکزی خلق مزیت رقابتی و حفظ و بهبود آن، به حساب می آید. تفکر استراتژیک ازجمله مهارت هایی است که منجر به تصمیم گیری موثر می شود؛ بنابراین بسیاری از سازمان ها می کوشند تا افرادی را که دارای این توانایی هستند در پست های مدیریت بگمارند. یکی از جنبه هایی که بایستی در جذب و به کارگیری مدیران سازمان موردتوجه قرار گیرد، انطباق ویژگی های شخصیتی متقاضی با پست مدیریتی می باشد. هدف این پژوهش بررسی رابطه تفکر استراتژیک به عنوان مشخصه ضروری مدیران و نوع شخصیت آن ها در سازمان های رسانه ای است. جامعه آماری این پژوهش را مدیران مسئول ۵۰۰ مجله در استان تهران تشکیل می دهد که با استفاده از نمونه گیری تصادفی ساده، ۱۹۳ نفر انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه جهت سنجش نوع شخصیت و الگوی تفکر استراتژیک مدیران استفاده شد. نتایج تحلیل معادلات ساختاری نشان داد، بین شخصیت و تفکر استراتژیک مدیران مسئول مجلات استان تهران رابطه مثبتی وجود دارد.

کلمات کلیدی:

تفکر استراتژیک، تفکر سیستمی، تفکر بازاریابی، تفکر انعکاسی، شخصیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1479211>

