

عنوان مقاله:

مهندسی فرهنگ کسب و کار در ایران

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 10، شماره 5 (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

سیدحمید خدادادحسینی - دانشیار گروه مدیریت دانشگاه تربیت مدرس

پیمان متقی - عضو هیات علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه تربیت مدرس

خلاصه مقاله:

فرهنگ یکی از تاثیرگذارترین عوامل در بروز رفتار فردی و جمعی است. یکی از بهترین استراتژیهای ایجاد رفتار جدید فرهنگ سازی و دستکاری فرهنگی است. برای اینکه جامعه شاهد رفتارهای مطلوب باشد، قبل از هر اقدامی باید فرهنگ مطلوب تعیین شود که به آن مهندسی فرهنگ گویند. استراتژی رسیدن به فرهنگ مطلوب از طریق ابزار و امکانات سایر نظامهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را مهندسی فرهنگی گویند. مهمترین هدف چشمانداز توسعهیافتگی در سه حوزه اقتصاد، علم و فناوری است. توسعه بدونتلاش خلاقانه توأم با مسیولیتپذیری، ریسکو توفیقطلبی نیروی کار کشور امکانپذیر نیست. هدف اینمقاله تعیین فرهنگ کسب و کار بر اساس سند چشمانداز ملی و همچنین پیشنهاد استراتژیهای ممکن براینیل به آن است. فرهنگکار مطلوب در ایران هدف تحقیق بود که با مطالعه منابع تحقیقاتی و مراجعه به آرای خبرگان فرهنگ کارآفرینانه تعیین شد. برای نهادینهسازی آن سه استراتژی اجتماعی، اقتصادی و سیاسیپیشنهاد شد. در پایان نیز پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

مهندسی فرهنگ، مهندسی فرهنگی، فرهنگ کار، سند چشمانداز ملی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602335>

