

## عنوان مقاله:

مدیریت تصویرپردازی در سازمانها

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

غزاله طاهری - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)

فاطمه ابراهیمی دلاور - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)

## خلاصه مقاله:

انسانها علاقه مستمری به چگونگی تصویر پردازی دیگران از آنان دارند. به بیان دیگر انسانها دوست دارند بدانند در منظر دیگران چه جلوه هایی دارند. مثبت جلوه دادن خود در پیش دیگران برای افراد در سازمان مزایایی دارد؛ برای مثال نخست آنکه در بدست آوردن شغل دلخواه به آنان کمک کرده، پس از جذب و استخدام نیز موجب ارزشیابی مثبت از آنان گشته، حقوق و مزایای برتر و ارتقاء سریعتر را به ارمغان میآورد. در بافت سیاسی نیز میتواند باعث چرخش توزیع مزایا به سود آنان گردد. لذا مقاله حاضر، مروری اجمالی بر تشریح و توصیف این نگرش نوین علم رفتاری در سازمان داشته، و از ابعاد متفاوت به بررسی آن پرداخته است. روش تحقیق توصیفی میباشد و اطلاعات از منابع کتابخانهای به دست آمدهاند

## کلمات کلیدی:

مدیریت تصویر پردازی، تقاطع ادراکی، مدیریت رفتار سازمانی، تصویرپردازی مثبت، تصویرپردازی منفی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500261>

