



آموزشگاه بازاریابان
Bazarsazan Marketing School

نسل جدید نیروی کار و مدیریت اثر بخش دهه هفتادی ها





آموزشگاه بازاریابی
Bazarsazan Marketing School

مقدمه:

نسل جدید (Millennials) (دهه شصت و هفتادی‌های ایران) پس از نسلی متولد شدند که دوران سخت نظامی، انقلابی و مالی جهان را تجربه کردند و به سخت‌کوشی، صرفه‌جویی و تعهد کاری بلندمدت به یک سازمان معروف بودند. اما نسل جدید، جاه‌طلب، باهوش، نخبه و شیفته فناوری است. دهه هفتادی‌ها ذهنیت منحصربه‌فرد دارند، ابزار کارشان سریع و مهارت‌هایشان پیشرفته است. آنها در عمل یک نژاد متفاوت هستند که گاه به بی‌صبری و جاه‌طلبی بیش از حد برای کسب پول، بی‌تفاوتی و گاهی گستاخی نسبت به بزرگ‌ترهای خود در محل کار متهم می‌شوند.

اما واقعا چنین است؟

چطور میتوان با نسل جدید نیروی کار تعامل سازنده داشت و مدیریتی اثربخش در محیط کار بر آنها داشت؟



آموزشگاه بازاریازان
Bazarsazan Marketing School

محتوا:

- از نسل خاموش تا نسل پرچنب و جوش گوگلی
- افسانه‌ها و واقعیتها در مورد دهه‌هفتادی‌ها
- چرا دهه هفتادیها تهدید نیستند؟
- چرا دهه هفتادیها آدم فضایی نیستند؟
- توصیه‌هایی برای تعامل اثربخش با دهه هفتادیها
- توصیه‌هایی برای مدیریت اثربخش دهه هفتادیها در محل کار
- توصیه‌هایی برای بازاریابی اثربخش برای دهه هفتادی‌ها



آموزشگاه بازاریازان
Bazarsazan Marketing School



دکتر
هشام بازاریایه،
پرویز درخ:
از نگاه ارتباطات
و کاروکسب

رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران



دکتر
بهزاد ابوالعلائی:
از نگاه
منابع انسانی

مدرس و مشاوره مدیریت منابع انسانی



دکتر
علی صاحبی:
از نگاه
روانشناسی

دکترای روانشناسی بالینی

تاریخ برگزاری:

۱۳ اردیبهشت ماه

مدت دوره:

۸ ساعت

مبلغ سرمایه گذاری:

۱,۷۲۰,۰۰۰ تومان