

کلید تحقق آرزوهای بزرگ



می‌دانیم افزایش فروش و رسیدن به اهداف سازمان بدون داشتن پرسنل بهره‌ور ممکن نیست. شغل هر یک از ما از زندگی ما سرگرم‌ده و چیزی که در خانه انجام می‌دهیم، مستقیماً بر رویه، انگیزه و توان‌ها و مهارت‌های ما تأثیر دارد. فضای خانوادگی برای ایفای نقش شغلی مؤثر است. در عملکرد و نحوه تعاملش با فرزندان شرایط روحی و عملکرد کارکنان را مستقیماً تحت تأثیر قرار می‌دهد.

شغلی باشد، بجای اصولی و هدفمند مدیر سازمان از این کارکنانش رابطه باقیبانی با همسر و فرزندان داشته و اوقات فراغت غنی را تجربه کند، مستقیماً به این معناست که برای رشد کسب‌وکار سرمایه‌گذاری کرده‌است. این‌گونه احساس شغل افراد به شغل و سازمانشان نیز بیشتر می‌شود و بهره‌وری‌شان بالاتر می‌رود.

در این میان مهم است که برای پیوندن در کودکی به سبک‌پرکاری که داریم، از همراهی یک مشاور متخصص استفاده کنیم؛ کسی که کودکان، ویژگی‌ها و نیازهایشان را شناسد، با فرایند طراحی تجربه مخاطب آشنا باشد، راه‌بروری تعامل باکیفیت با خانواده‌ها را بشناسد و یک کلام، بتواند تجربه لذت‌بخش و ماندگاری ایجاد کند. طراحی یک خروجی باکیفیت بدون مطالعه قبلی درباره سبک رفتاری مخاطبی که برایش طراحی می‌کنیم، ممکن نیست. پیدا کردن ایده‌هایی که به این هدف کمک کند، کار ساده‌ها است؛ به هزاران هزار پرشور درام و محصولات غذایی و بهداشتی، اطلاعات جای‌شده روی جعبه دستمال کاغذی و پرشوتو و یک‌ها و تئولات، بطری‌های آب معدنی، شیر و انواع نوشیدنی‌ها که همین حالا تولید می‌شود، فکر کنید. نکته مهم این است که نحوه پیاده‌سازی این ایده‌هاست که نیاز به تخصص دارد. فرایند طراحی بدون اینکه مخاطب‌مان را در دست‌رستی بشناسیم و نیازها و دغدغه‌ها و چالش‌هایشان را بفهمیم، هرگز به یک خروجی ضایع‌بخش نخواهد

رسید. سازمان‌های بزرگ منابع و امکانات زیادی دارند و همین حلال مهم برنامه‌هایی را به این هدف اختصاص می‌دهند. آنها برای کارکنان‌شان دوره برگزار می‌کنند، به مناسبت‌های مختلف به آنها هدیه با اقامت مصری می‌دهند، و... مسئله مهم بهره‌ورکردن این اقدامات فغلی و کشف فرصت‌هایی است که مدیران سازمان‌ها از آنها غفلت می‌کنند. هر سازمان بزرگی بخش‌های مختلفی مثل تحقیق و توسعه، تبلیغات، بودینگ، منابع انسانی و روابط عمومی دارد. هر کدام از اینها با حضور یک مدیر متخصص می‌توانند برای اهمیت‌دادن به بودجه در آن سازمان هم‌راستا شوند؛ به هدف افزایش درآمد باشد، چه ادای مسئولیت اجتماعی، چه ارتقای کیفیت اقدامات فغلی.

کودکی از جهات مختلف برای برآوردن نیاز موضوع جذابی است. بچه‌ها به خاطر روحیه لطیف و ذات کنجکاوشان جذابیت زیادی دارند. والدین این دهه ضربه را برای رفع نیازهای فرزندان‌شان هزینه و انرژی و زمان قابل توجهی صرف کرده و اهمیت‌دادن به کودکی در فضای تبلیغات یک کسب‌وکار هم نوعی ارزش مثبت اجتماعی و انسانی شناخته می‌شود. خانواده‌ها قطعاً از مراجعه به مکان یا استفاده از محصولی که احساس کنند از پیش برای خودشان و کودکان‌شان برنامه دارد رضایی خواهند بود و این روش پربازده و مؤثر برای تبلیغ‌کردن آنها به مشتریان وفادار هر برند است. ایجاد تجربه خوشایند برای این گروه به رونق کسب‌وکار کمک می‌کند و باعث می‌شود تصویر خوشایند و باکیفیتی از برندتان در ذهن مخاطب شکل بگیرد. اما بهره‌بردن از این ظرفیت غنی و شگفت‌انگیز خودبه‌خود ممکن نمی‌نماید. سازمان‌ها نیاز دارند برای شناخت مخاطب و نیازهایش، تست‌های استراتژی‌های کارآمد برای جذب آنها و بهره‌رسانی از دستاوردهای محصولات و خدماتشان را می‌سازند. اصول طراحی مخاطب‌محور بیش از پیش توجه کنند.

پيگيري آموزش و پرورش براي رفع مشكل ادامه تحصيل فرهنگيان

وزارت آموزش و پرورش درباره
ایمان و محدودیت اعمال مدارک
معلمه فرهنگیان، گفت: فعلا نظر
مصوبه است و تا زمانی که این
آموزش و پرورش نمی‌تواند آن را

درباره مشکلات مربوط به ادامه
تحصیلی بالاتر برای کارمندان
مربوط به شورای عالی اداری

مرتبه پیگیری و مؤکداتی درباره رفع
حالا نظر سازمان اداری استخدامی بر
این مصوبه لغو نشود، یک دستگاه
اند آن را تغییر دهد یا خلاف آن را
ی وزارت آموزش و پرورش با اشاره
صوبه، گفت: چند پیشنهاد مطرح
نیکان را از فوق دیپلم در نظر بگیرند
س مادرک بعدی محاسبه کنند. اما
فرود: پیگیری این موضوع در دستور

من دغدغه کسب درآمد و افزایش گستره خدمت‌رسانی به مخاطبان هر سازمان را می‌فهمم. این را هم درک می‌کنم که همه ما می‌خواهیم با صرف کمترین هزینه، به بیشترین تغییرات مثبت دست پیدا کنیم. پژوهش‌های جامعه‌شناسی مطالعه‌های کورنی در ایران/بازاری که می‌گوید که خانواده‌های ایرانی از فقر چه نوع بازی‌ها و تعاملاتی در محیط خانه رنج می‌برند. حالا طراحی یک فعالیت ساده بازی‌گونه بر اساس این کمبودها و البته بوم منحصربه‌فرد هر شهر یا مقایسه کنید با ایده‌های دوستی و همگانی‌ای که معمولاً اول از همه به ذهن‌مان می‌رسند و فورا به سمت‌شان می‌رویم؛ جعبه‌هایی که به یک بازی دوز یا نقطه‌گذاری بسنده می‌کنند یا مثال‌هایی دیگر که حتی آثار مخربی برای فرایند رشدی کودک دارند. یا، می‌مانم یا به او منتقل می‌کنند یا اساس ظرفیت سرگرمی و رشددهندگی ندارند. مثالی می‌زنم: یک شرکت بزرگ تولید دستمال کاغذی را تصور کنید که روزانه میلیون‌ها جعبه از محصولاتش در سراسر

کشور به فروش می‌رسد. بعید می‌دانم کسی از ما پس از نامه‌نشدن دستمال‌ها جعبه‌اش را روانه جایی جز مطبوعات نگذارد. حالا تصور کنید در یک فرایند طراحی مخاطب‌محور، برای این جعبه‌ها کاربرد جدیدی تعریف کنیم تا بتوانند پس از مصرف یک یا اسباب‌بازی برای کودک تبدیل شوند و در ساده‌ترین لحظه‌های روزمره، فرصتی برای رشد، یادگیری و سرگرمی کودک فراهم کنند. این مثال را می‌توان به ابزاری مختلف برای کسب‌وکاری تعمیم داد. هر مجموعه‌ای از محصولاتش تبلیغ می‌کند، به مناسبت‌های مختلف برای کارکنانشان هدیه می‌خرد، برای ارتقای سلامت روان و بهره‌وری کارکنانش دوره‌های آموزشی برگزار می‌کند و... در این بین، هر تفکر طراحی که این اسباب‌بازی‌ها را به نیاز و ذائقه ذینفعان تسکین‌دهنده تبدیل کند، می‌تواند به نفع کارکنان و افراد ذیرنگار

پیرامونشان - پیوند بزند و ارزش افزوده جدید تولید کند.

کودکان امروز، نیروی کار آینده هر کشور را می سازند و کیفیت هر جامعه در گرو کیفیت پرورش کودکانش در نخستین سال های کودکی است. سازمان های بزرگ چه برای رسالت اجتماعی شان دنبال موضوعی ارزشمند و جذاب بگردند، چه در پی افزایش تولید و ارتقای بهره وری کارکنان شان باشند و چه بخواهند مستقیماً در حوزه خدمات و محصولات کودکان فعالیت کنند، پرداختن به سال های اولیه کودکی یکی از بهترین انتخاب هایی است که پیش رویشان قرار دارد.

اکنون که سال جدید آغاز شده فرصت مغتنمی است تا برای کارآمد کردن سیاست های کلی کسب وکارمان، به جدی و ظرفیت های بی شماری که در آن نهفته است گوی در فکر کنیم.

✱ مشاور توسعه و طراحی خدمات
و تجربه کاربری برای کسب و کارها

از سازمان اداری استحضادی پیگیری می‌کنیم؛ تا زمانی
 حل نشود، ما هم نمی‌توانیم کاری کنیم. وی با اشاره به
 این‌حال نوشت: «ما هم نمی‌توانیم کاری کنیم. برای کارکنان
 در سطح رنج می‌بریم، کما اینکه مصوبه‌ای که برای کارکنان
 در سطح رتبه تا وزارت ارشاد تصادق دارد، برای آموزش و
 پرورش است و معلمان باید مرتب به‌روزر شده و آموزش
 دهند، تصادق پیدا نمی‌کند. معاون توسعه مدیریت و
 پرورش و پرورش تاکید کرد که باید در بلندمدت به سمت
 «آموزش و پرورش از قانون خاص تصدق تبعیت کند

● هدف کلی آموزش و پرورش رسانیدن انسان



هدف کلی آموزش و پرورش را ساینده اندیشه و اخلاق و قرب به خداست؛ اما در آموزش و پرورش پیش از دبستان، علاوه بر این، رشد همه جملات و تکونکودان مدنظر است و دارای چند زیرمجموعه است: ۱- اصلی ترین این اهداف می تواند به عنوان به مهارت های شناختی، فیزیکی، زبان شناختی، عقلانی، عاطفی، اجتماعی و شخصیتی کودکان اشاره کرد که یکی از امتیازهای آن نسبت به کودکان دینی در سبک زندگی سالم است. سبک زندگی الهیایی منحصربه فردی را ویژگیها، رفتارها، گفتارهایی است که هر فرد از خود نشان می دهد و در صورت معیوب بودن آن، فرد در معرض بیماری یا حوادث قرار می گیرد. پس تعدیل سبک زندگی یا تعدیل رفتار متکی بر تحلیل رفتار، عاملی خاتمی است که هنگام خوردن، ورزش و عادات غذایی وجود دارند. بنابراین اولین گام در راستای ارتقای خودمراقبتی با سبک زندگی، بررسی الگوهای خودمراقبتی مرتبط با سبک زندگی است که در آن، هر فرد توان و دانش، مهارت و توان خود به عنوان یک استفاده می کند تا به طور مستقل از سلامت مراقبتی دریافت، در تفریح و ورزش، ویژگیها، سبک مستر است. تفریق دواطلبانه و فعالیتها، موخته شده و همچنین حق و مسئولیتی همگام برای حفظ سلامت خود است. از جمله راههای آموزش و تربیت نوآموزان برای سبک زندگی صحیح، اجرای نمایش خلاق است. نمایش خلاق تجربه ای از امری یافته است که با دقت طراحی می شود و به اجزا درمی آید و کودکان در آن اقدام می کنند و، دوباره، شکل را یافته و تجربه آن کودکان نظیر قصه را با هدایت آموزگار، به شیوه جدید خلق و بازآفرینی می کنند. این نمایش شیوه رای آموزش و یادگیری بر مبنای گرایش طبیعی به بازی انسانی است که در آن انسانی یاد می شود. کودکان برای بازی نمایشی باید به تصویرسازی از چیزی یا کسی در ذهن دارد و درعین حال، تصویری که از خودش دارد، دست یابد. شکلگیری و دستکاری این تصویرها یا نمادها، از مردم و پیش شرط لازم نمایش خلاق است. در نمایش خلاق، ارتباطات افراد از طریق کار گروهی، تفکر و نمایش و به گونه ای مورد استفاده می گیرد و شرکت کنندگان اعمالی انجام می دهند که بر اساس افکار، ابداعات، دانش و تجارب خودشان است و هیچ متن نوشتاری وجود ندارد. این فرایند به افراد اجازه می دهد که تجارب زندگی شان را بازسازی کنند؛ به طور مثال یک نفر آموزاران خود را برای صحنه نمایش به همراه دارد که قصد او تا ناگهانی به عنوان یک محصول غذایی سعی در راهنمایی او به خرید سالم را دارند. همچنین هرکدام از نوآموزان باید دلیل انتخاب این محصول را با ذکر فواید برای بقیه نوآموزان با راهنمایی مربی بیان کنند. نتیجه مهم این تقویت دانش کودکان در مرحله آخر و غلبه ای فایده آن برای زندگی سالم و نیکو در آینده است.

* دانشجوی دکترای دانشگاه تربیت دبیر
شهید رجایی تهران

جدول ۳۳۵۶ ■ طراح: بیژن گورانی

فقہی:

- ۱- لیکن - استراحت کردن - پدر طب یونانی
- ۲- بخشنده - نوعی ماهی دریای خزر - از جنس
- ۳- پاسبان - نامی دخترانه - بند چرمی - پاسخ
- ۴- شبت - از شهره در استان فارس - کام - چوپان
- ۵- خوش‌آبادی - شعار اسلام - حیوان وحشی
- ۶- دست نخورده - جیره مقرر - داستان کوتاه
- ۷- گونه‌ای کبوتر وحشی - فرمان‌های مغزا را به
- ۸- اندام‌های بدن می‌رساند - محل تغییر جهت پله
- ۹- قدر و منزلت - از فرقه‌های مسیحیت - نخست
- ۱۰- رسانه شنیداری - سراینده دارو - اسب سریع
- ۱۱- فریاد شادی - ده هزار مترمربع - کار ساختمانی
- ۱۲- تکرار حرفی - ضرب‌های در بدمیتسون -
- ۱۳- قروض - اندام تنفسی ماهی - واحد شمارش
- ۱۴- طردشده - نخسه - لازم - اهل نفاق
- ۱۵- سر به هوا - نام سابق کاشمر - نواهی بارچه
- ۱۶- لفت - پی‌شوی دین زرتشتی - شاهی اشکانی
- ۱۷- بیاضیات - تلاش.

- ۱- زیرین - کنایه از کسی که در کارهای مختلف مهارت دارد ۲- مغز سر- پایتخت
- ۳- خدایی - گره فرش - عددی دو
- ۴- شکرگزار ۵- جشن ازدواج - آهسته - شنامدادن
- ۶- خاریشت استرالیایی - مسیر
- ۷- سابقه اسپدوانی - دعای زیر لب ۸- سازمان جاسوسی آمریکا- امانتداران - محوکردن
- ۹- آزاد پرورش - دامن میگردان - چرخش
- ۱۰- زور - از نامهای زورخ - سرکاه آهنگر

A 15x15 grid representing a 15-puzzle state. The top row contains the numbers 10, 14, 13, 12, 11, 1, 9, 8, 7, 6, 5, 4, 3, 2, 1 from left to right. The grid shows a permutation of these tiles. The bottom row is shaded light blue.

9	F	△	1	W	V	S	P	A
A	V	W	P	F	S	9	△	1
S	1	P	9	A	△	V	F	W
W	P	F	S	△	A	1	9	V
△	S	P	W	1	9	F	A	V
1	A	9	F	V	W	P	S	△
P	W	S	A	9	1	△	V	F
V	9	1	△	P	F	A	W	S
F	△	A	V	S	W	P	1	9

Q	Y		V	9	F	S	W	A
A	W	F	Q	S	Y	I	9	V
9	V	S	W	I	A	Q	F	Y
I	A	Y	S	F	V	9	Q	W
F	Q	9	I	A	W	Y	I	S
W	S	V	9	Q	I	Y	A	F
V	F	W	I	Y	9	A	S	Q
Y	I	Q	A	W	S	F	V	9
S	9	A	F	V	Q	W	Y	I

حل سودو کو سختحل سودوڪو ۲۳۵۱[illegible]

سودوگو سخت ۲۳۵۲

زمان پیشنهادی: ۴۰ دقیقه

قانون‌های حل جدول سودوکو:

- ۱- در هر سطر و ستون باید اعداد یک تا ۹ نوشته شود. بدیهی است که هیچ عددی نباید تکرار شود.
- ۲- در هر مربع 3×3 اعداد یک تا ۹ باید نوشته شود و در نتیجه هیچ عددی نباید تکرار شود.

سودو کو سادہ ۲۳۵۲

زمان پیشنهادی: ۲۰ دقیقه

سودوکو

سودوکو Sudoku یک واژه ترکیبی ژاپنی به معنای عدد‌های بی‌تکرار است و امروزه به جدولی از اعداد گفته می‌شود که به عنوان یک سرگرمی رایج در نشریات کشورهای مختلف به چاپ می‌رسد.

9			1	3		2		
					6		9	
4			2			1		
3			8	2				
7	9						3	2
				9	3			7
		5			2			4
	8		7					
		4		5	8			9

෦					෭		෮	၇
		၂	෦	၆				
၇	၆				၂	၁		෦
						၂	၇	
၁	၁						၆	၂
	၇	၂						
၇		၁	၁				၇	၂
				၂	෦	၂		
၂	ၭ		၁					၆