

ويتضمن: - مفهوم الرجال التسويقي يُعد الرجال حقالاً معرفياً حديثاً نسبياً، والتراث البحوث فيها في طور التفكير الفلسفى،
(Vera & Crossan, 2004: 727) وفي العقد املاك ضي اكتسب بهدف التغيير والاستجابة للبيئة، واكتساب الحد الأدنى من الهرمية
كان حقل الفنون سباقاً على باقى الحقول الأخرى في الرجال، والحدس، وإدارة الأزمات، وتوظيف املوارد،
الاستراتيجية وفي علوم و مجالات الحياة الأخرى (عبد الحسين، 2015: 142). ويشير الرجال إلى الاستجابة للحالة مهماً كانت،
وببناء النماذج الخاصة التي تقدر الصعوبات الاستثنائية التي يجد 1991: 47). وكذلك بالنسبة لمجاميع املوارد والروتينيات
والهيكل القادر على مطابقة الظروف الحالية مع املخاطرة في الحالات التي توجد فيها مشكلة، للتعويض عن سوء الإداره
والأخطاء الوظيفية، أو نتيجة لكن هذا الاستخدام يعد شيئاً غير عادي ويطلب جهداً وينطوي على بعض املخاطر إذا لم تكن هناك
مبررات للتغيرات البيئية السريعة، أو أن الإدار القرارات قد تتخاذ قراراً واعياً بالرجال كوسيلة لخلق املزيد من املروننة في سلوك
(Chelariu, 2002: 141). اتخاذ أو حاجة فعلية للجوء إلى الرجال