



استراتژی توسعه تکنولوژی
در سطح بنگاه

مؤلف و گردآورنده:
حبیب میدانچی

انتشارات میدانچی
زمستان ۱۳۹۳



سرشناسه	:	میدانچی، حبیب، ۱۳۶۲ -
عنوان و نام پدیدآور	:	استراتژی توسعه تکنولوژی در سطح بنگاه/ مولف و گردآورنده حبیب میدانچی
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات میدانچی، ۱۳۹۳
شابک	:	۶۰۰۰-۷۸۱۴-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیا
موضوع:	:	تکنولوژی - مدیریت
رده‌بندی کنگره	:	۱۳۹۳، ۵/۴۹۰/م
رده‌بندی دیویی	:	۶۵۸/۵
شماره کتابشناسی ملی	:	۳۳۹۹۳۰

استراتژی توسعه تکنولوژی در سطح بنگاه

مؤلف و گردآورنده:
حبیب میدانچی

مدیر تولید: حسین کریمی
مدیر اجرایی: مرضیه حیدری
طراح جلد و صفحات داخلی: آتلیه انتشارات میدانچی
حروفچینی و صفحه‌آرایی: انتشارات میدانچی
ارتباطات: عاطفه سوری، عطیه رسولی
قطع: رقعی
نوبت چاپ: اول - زمستان ۱۳۹۳
شمارگان: ۲۰۰ نسخه
په‌آ: ۶۰۰۰-۷۸۱۴-۶۰۰-۹۷۸
شابک: ۶۰۰-۷۸۱۴-۶۰۰-۹۷۸

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

هرگونه کپی‌برداری و درج مطالب این کتاب در منابع دیگر منوط به اجازه کتبی ناشر بوده و طبق قوانین حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

دفتر مرکزی: تهران، سپهرودی شمالی،
کوی متحیری، پلاک ۶۰، طبقه ۳، واحد ۱۲

پایگاه اینترنتی
WWW.MEIDANCHI.IR

تلفن: ۵۰ ۵۱۵۱ ۸۸

از مراکز پخش کتاب و کتابفروشی‌های تهران و شهرستان‌ها خواهشمندیم جهت دریافت امتیاز پخش کتاب‌های انتشارات میدانچی فقط با تلفن ۸۸۵۱۵۱۵۰ تماس حاصل نمایند.

فهرست مطالب

بخش اول: مقدمه

فصل اول: تکنولوژی	۹
۱-۱- تعریف تکنولوژی	۹
۱-۲- کاربرد تکنولوژی	۱۰
۱-۳- طبقه بندی تکنولوژی	۱۱
۱-۳-۱- طبقه بندی با رویکرد طول عمر	۱۱
۱-۳-۲- طبقه بندی بر اساس مبدا تکنولوژی	۱۴
۱-۳-۳- طبقه بندی بر اساس پیچیدگی	۱۴
۱-۳-۴- طبقه بندی بر حسب نوآوری	۱۴
۱-۳-۵- طبقه بندی بر اساس اهمیت تکنولوژی برای سازمان	۱۶
فصل دوم: مدیریت تکنولوژی	۱۷
۲-۱- مدیریت تکنولوژی	۱۷
۲-۲- پیشینه تاریخی	۲۰
۲-۳- چارچوب مفهومی مدیریت تکنولوژی	۲۰
۲-۴- مدیریت تکنولوژی در سطح ملی یا دولتی	۲۳
۲-۵- مدیریت تکنولوژی در سطح بنگاه	۲۴
۲-۵-۱- تعریف بنگاه	۲۶
۲-۵-۲- فرایندهای پنج گانه مدیریت تکنولوژی در سطح بنگاه	۲۷
فصل سوم: استراتژی	۳۳
۳-۱- تعریف استراتژی	۳۳
۳-۱-۱- درک استراتژی	۳۴
۳-۱-۲- اقدامات متفاوت	۳۴
۳-۱-۳- مصالحه در رقابت	۳۴
۳-۱-۴- تناسب	۳۴
۳-۱-۵- تداوم	۳۵
۳-۱-۶- تفکر تحلیل و مفهومی	۳۵
۳-۲- مفهوم مدیریت استراتژیک	۳۵
۳-۲-۱- نگرش استراتژیک به مدیریت	۳۷
۳-۲-۲- شکاف میان تکنولوژی و استراتژی	۳۹

۴۰	۱-۲-۳- سیستم‌های بخشی
۴۱	۲-۲-۳- وابستگی‌های غیرمرتبط بر سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمان
۴۳	۳-۳- روش‌های تجزیه و تحلیل استراتژیک
۴۳	۱-۳-۲- ماتریس تجزیه و تحلیل رشد بازار- سهم بازار (ماتریس گروه مشاوران بوستون BCG)
۴۵	۲-۳-۳- ماتریس تجزیه و تحلیل SWOT
۴۷	۱-۲-۳- ماتریس SWOT

بخش دوم: استراتژی تکنولوژی

۵۱	فصل چهارم: ضرورت تدوین و مفهوم استراتژی تکنولوژی
۵۲	۱-۴- مفهوم استراتژی تکنولوژی
۵۴	۲-۴- ضرورت تدوین استراتژی تکنولوژی و توسعه تکنولوژی در سطح بنگاه
۵۴	۳-۴- جایگاه استراتژی تکنولوژی و قلمرو وظیفه‌ای آن
۵۵	۴-۴- کدام استراتژی بنگاه نیازمند تکنولوژی است؟
۵۷	فصل پنجم: فرایند تدوین استراتژی تکنولوژی
۵۷	۱-۵- سطوح مختلف استراتژی در بنگاه
۵۹	۲-۵- شناسایی تکنولوژی
۵۹	۳-۵- ارزیابی تکنولوژی
۶۰	۱-۳-۵- ممیزی تکنولوژی
۶۱	۴-۵- طراحی استراتژی تکنولوژی
۶۴	۱-۴-۵- جهت‌گیری استراتژی
۶۴	۲-۴-۵- شایستگی‌های اصلی
۶۷	۱-۲-۴-۵- بهره‌برداری از شایستگی‌ها
۶۸	۲-۲-۴-۵- تکنولوژی و مفهوم شایستگی اصلی
۷۰	۳-۴-۵- ادغام
۷۵	۴-۴-۵- هماهنگی میان استراتژی تکنولوژی و استراتژی تجاری
۷۶	۵-۴-۵- ایجاد پیوند محصول-تکنولوژی-تجارت

بخش سوم: استراتژی توسعه تکنولوژی

۸۱	فصل ششم: ضرورت و اهداف توسعه تکنولوژی
۸۲	۱-۶- هدف از تدوین استراتژی توسعه تکنولوژی
۸۲	۲-۶- توسعه تکنولوژی

۱۲-۲-۶- عوامل توسعه تکنولوژی	۸۳
۱۲-۲-۶- فرایندهای و روش‌های توسعه تکنولوژی	۸۳
فصل هفتم: الگوهای خاص تدوین استراتژی تکنولوژی و توسعه تکنولوژی	۸۵
۱-۷- الگوی پورتر	۸۵
۲-۷- الگوی مورین	۸۶
۳-۷- الگوی لینل	۸۷
۴-۷- الگوی تئوری نقاط مرجع استراتژیک	۸۹
فصل هشتم: نوآوری و طرح ریزی تکنولوژی	۹۳
۱-۸- مدل‌های نوآوری تکنولوژی	۹۳
۱-۱-۸- نوآوری در محصول در مقابل نوآوری در فرایند	۹۴
۲-۱-۸- نوآوری اساسی در مقابل نوآوری جزئی	۹۴
۳-۸- طرح‌ریزی تکنولوژی	۹۵
۱-۲-۸- فرایند طرح‌ریزی مارتین	۹۶
۲-۲-۸- فرایند طرح‌ریزی ASSETS	۹۸
فصل نهم: رویکردهای تدوین استراتژی توسعه تکنولوژی	۱۰۱
۱-۹- نگرش‌های توسعه تکنولوژی	۱۰۱
فصل دهم: ارزیابی جایگاه فعلی بنگاه	۱۰۳
۱-۱۰- ارزیابی جایگاه فعلی بنگاه	۱۰۳
۱-۱-۱۰- تحلیل خارجی	۱۰۴
۱-۱-۱۰-۱- مدل نیروهای رقابتی پورتر	۱۰۴
۲-۱-۱۰- تحلیل ذی‌نفعان	۱۱۱
۲-۱-۱۰- تحلیل داخلی	۱۱۲
۱-۲-۱۰-۱- مدل زنجیره ارزش پورتر	۱۱۳
۲-۱۰- شایستگی‌ها و قابلیت‌های اصلی	۱۱۶
۳-۱۰- ریسک انعطاف‌پذیری	۱۱۸
۴-۱۰- قابلیت‌های پویا	۱۱۸
۵-۱۰- هدف استراتژیک	۱۱۹
فصل یازدهم: برنامه ریزی توسعه تکنولوژی	۱۲۱
۱-۱۱- پیش‌بینی تکنولوژی	۱۲۳
۱-۱-۱۱- عناصر پیش‌بینی تکنولوژی	۱۲۳
فصل دوازدهم: ارزیابی و انتخاب پروژه‌های توسعه تکنولوژی	۱۲۵

۱۲-۱- بودجه توسعه	۱۳۶
۱۲-۲- ارزیابی پروژه‌های توسعه	۱۳۸
۱۲-۱-۲- روش‌های کمی ارزیابی	۱۳۸
۱۲-۱-۳- روش‌های جریان نقدی تنزیل شده	۱۳۹
۱۲-۱-۲- ارزش خالص فعلی (NPV)	۱۳۰
۱۲-۱-۳- نرخ بازگشت داخلی (IRR)	۱۳۰
۱۲-۲- روش‌های کیفی ارزیابی	۱۳۱
۱۲-۲-۳- پرسش‌های غربال‌کننده	۱۳۲
۱۲-۳- تهیه نقشه پرتفوی	۱۳۴
۱۲-۴- تلفیق اطلاعات کمی و کیفی	۱۳۶
۱۲-۱-۴- روش تحلیل پوششی داده‌ها	۱۳۷
۱۲-۲-۴- روش تحلیل سلسله مراتبی	۱۳۹
۱۲-۵- روش‌های نوین ارزیابی	۱۴۱
۱۲-۱-۵- کارت امتیازی متوازن	۱۴۴
۱۲-۱-۵-۱- در نظر گرفتن کارت امتیازی متوازن در سطوح تصمیم‌گیری بنگاه	۱۴۵
۱۲-۱-۵-۲- کارت امتیازی متوازن و فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)	۱۴۶
۱۲-۶- تحلیل نهایی انتخاب	۱۴۷