

۱۴۷۹۷۹۲

۹۶,۴۱۷

عناصر فلسفه مدیریت و سازمان

نویسنده:

پیت کسلووسکی^۱ (۲۰۱۰)

ترجمان:

دکتر علی خالق خواه (استادیار دانشگاه محقق ربیلم، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی)

حبیبه نجفی (دانشجوی دکترای مدیریت آموزشی، دانشگاه محقق ربیلم)

حسین آدمیت (دانشجوی دکترای فلسفه تعلیم و تربیت، دانشگاه پیام نور تهران)

کیوان اوچی (دانشجوی دکترای مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل)

(۱۳۹۵)

نویسنده: پروفسور دکتر پیترو کسلووسکی

دانشگاه: آمستردام

دانشکده: فلسفه

Department of Philosophy

De Boelelaan 1105

1081 HV Amsterdam, The Netherlands

p.koslowski@ph.vu.nl

ISSN 1431-8822

ISBN 978-3-642-11139-6 e-ISBN 978-3-642-11140-2

DOI 10.1007/978-3-642-11140-2

Springer Heidelberg Dordrecht London New York

Library of Congress Control Number: 2010922456

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2010

این کار غیرقابل کپی است و تمام حقوق آن محفوظ می باشد. هر گونه سوء استفاده از

این اثر تحت پیگرد قانونی مقررات کپی آلمان قرار دارد. اولین نسخه از آن در نهم

سپتامبر ۱۹۶۵ صادر شده است. ترجمه کردن آن بلامانع می باشد. و هر نسخه استاندارد

صادر از این اثر باید با برچسب Springer-Verlag باشد. هر گونه استفاده از اسامی

پیشگفتار

مدیریت به عنوان عمل انسانی دارای ارتباط قوی با فلسفه، معرفت شناسی، اخلاق و تئوری های فرهنگی است. معرفت شناسی مدیریت، شامل سؤالاتی درباره ی مدیریت و این که چگونه می تواند توانایی هایش را برای استفاده از دانش مدیریت و نظریه مدیریت در وظایف مدیریتی به کار گیرد، می باشد. اخلاق مدیریت سؤالاتی درباره ی چگونگی اعمال درست مدیریت، تئوری فرهنگی مدیریت، چگونگی ایجاد فرهنگ، افزایش و نگهداری آن در قالب ابتدایش ها را شامل می شود. اجتماع اخلاق حرفه ای و کار فرهنگی در فلسفه آلمانی در ارتباط گروه محققان با نام فلسفه مدیریت و سازمان شناخته می شود. در دانشگاه آمستردام هلند نیز یک کتاب در زمینه فلسفه ی مدیریت و سازمان به بررسی اثرات مدیریت بر کارها می پردازد که از آن به عنوان اخلاق کار یاد می شود. اگر چه اخلاق با یکی از سه هسته فلسفه، اقتصاد و مدیریت ارتباط است. اثرات فلسفه بر مدیریت و تئوری سازمانها همانند اثرات مدیریت و سازمانها بر رری فلسفه در چهاربخش این کتاب بررسی خواهد شد. **بخش اول:** مدیریت و فلسفه، **بخش دوم:** تئوری سازمانها، **بخش سوم:** فلسفه، اقتصاد و اخلاق تجارت و **بخش چهارم:** فلسفه و مدیریت برند می باشد. کتاب موجود در بر گیرنده ی ۱۰ کنفرانس سالیانه از سال ۲۰۰۷ در باره ی عناصر

فلسفه و مدیریت و سازمانها است. اجماع برای اخلاق کار و حرفه در ارتباط با فلسفه آلمان
در آمستردام در بازه زمانی ۶ تا ۸ دسامبر سال ۲۰۰۷ و در همکاری با گروه تحقیقاتی
فلسفه منتشر شده است.

Amsterdam, 5 October 2009

Peter Koslowski,
Research Group "Philosophy of Management
and Organisations - Filosofie in Bedrijf",
VU University Amsterdam
Chair, Forum for Business Ethics and Business
Culture, German Philosophical Association

www.ketab.ir

فهرست مطالب

مقدمه..... ۱۰

بخش A

مدیریت و فلسفه

فصل اول

فلسفه مدیریت: فلسفه به عنوان چالشی برای کسب و کار و مدیریت به عنوان

چالشی برای فلسفه. (پیترو کسلواسکی)

فصل دوم

فلسفه مدیریت: مفهوم مدیریت از دیدگاه نظریه سیستمی - هرمنوتیک

پدیدار شناختی - مشارکت مذاهب - هستی شناسی. (ژاکوب داهل رندتروپ)

بخش B

نظریه‌ی سازمان، فلسفه و عملکرد سازمانی

فصل سوم

رئالیسم انتقادی - شهرت سازمان - روش شناسی و ظهور علم بازسازی

گرایی (استفان آکروید)^۱

فصل چهارم

مسائل معرفت شناختی و جنبه‌های عملکرد سازمانی (فریتز شپیپر)^۲

بخش C

فلسفه، اقتصاد و اخلاق تجاری

فصل پنجم

ارزشها و محدودیت‌های عقلانیت اقتصادی: اظهارنظرهای انتقادی به

امپریالیسم اقتصادی (کریستین کریجن^۱)

فصل ششم

مشغله‌های تجارت، مدل‌های ذهنی و فلسفه در دسترس

جهانی (کریستین لئوتجی^۲)

بخش D

فلسفه و مدیریت برند تجاری

فصل هفتم

پیامدهای اخلاقی مدیریت برند و مارک تجاری - یک رویکرد

نظری، سیستمی (کال یوهلمار)¹