

2040683



**مدیریت چابکی سازمانی با
رویکرد سیستم های اطلاعاتی**

مؤلف:

نوشین حافظی زاده (مدرس دانشگاه)

۹۷۸-۶۰۰-۷۲۹-۷۲۹-۵۷۶

ن ۵۷۶

کتابخانه مرکزی دانشگاه تهران - تهران

۹۵۶۱۶ پ - تهران - کتابخانه مرکزی - تهران - ۹۵۶۱۶ پ - تهران - کتابخانه مرکزی - تهران

سرناسه	:	حافظی زاده، نوشین، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت چابکی سازمانی با رویکرد سیستم های اطلاعاتی / مولف نوشین حافظی زاده.
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات شریف زاده، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	:	۲۳۶ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	:	۳۵۰۰۰۰ ریال 9-10-6620-622-978:
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
موضوع	:	تحول سازمانی
موضوع	:	Organizational change
موضوع	:	برنامه ریزی راهبردی
موضوع	:	Strategic planning
موضوع	:	مدیریت
موضوع	:	Management
رده بندی ک	:	HD۵۸/۸
رده بندی دیو	:	۶۵۸/۴۰
شماره کتابشناسی	:	۵۷۲۱۳۸۴



نام کتاب	:	مدیریت چابکی سازمانی با رویکرد سیستم های اطلاعاتی
تالیف:	:	نوشین حافظی زاده
ناشر:	:	شریف زاده
سال انتشار	:	چاپ اول - ۱۳۹۷
شمارگان	:	۱۰۰۰
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۶۶۲۰-۱۰-۹
قیمت	:	۳۵۰۰۰ تومان

«کلیه حقوق برای انتشارات شریف زاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران - خ انقلاب - روبروی سینما بهمن - جنب بانک صادرات - پ ۱۳۵۶ -

کتابفروشی محسن

در طول دو دهه‌ی اخیر، مدیران شاهد یک دوره تغییرات شگرف جهانی به واسطه‌ی پیشرفت در تکنولوژی، جهانی‌شدن بازارها و شرایط جدید اقتصاد سیاسی بوده‌اند. با افزایش تعداد رقبا در کلاس جهانی، سازمان‌ها مجبور شدند که به سرعت، فرآیندی درون‌سازمانی را برای باقی‌ماندن در صحنه‌ی رقابت جهانی بهبود بخشند. در دهه‌ی ۱۹۶۰ سازمان‌ها به توسعه‌ی جزئیات استراتژی‌های بازار همت گماردند که بر برآورده کردن «رضایت» مشتریان متمرکز بود. آن‌ها بدین درک رسیدند که مهندسی و طراحی قوی و عملیات تولید منسجم و هماهنگ، پیش‌نیاز دستیابی به نیازمندی‌های بازار و در نتیجه سهم بازار بیشتر است؛ بنابراین، طراحان مجبور شدند که ایده‌آل‌ها و نیازمندی‌های موردنظر مشتریان را در طراحی محصولات خود بگنجانند و درحقیقت، محصولی را با حداکثر سطح کیفی ممکن، در حداقل هزینه، توأم با ایده‌آل‌های موردنظر مشتری روانه‌ی بازار سازند. در دهه‌ی ۱۹۸۰ با افزایش تنوع در الگوهای موردنظر مشتریان، سازندگان تولیدی به‌طور فزاینده‌ای به افزایش انعطاف‌پذیری در خطوط تولید، بهبود محصولات و «آینده‌های موجود و توسعه‌ی محصولات جدید برای ارضای مشتریان علاقه‌مند شدند که این موضوع به‌نوبه‌ی خلاقیت‌های جدیدی را برای آن‌ها رقم زد.

فهرست مطالب

فصل ۱	۱۷
مبانی چابکی سازمانی	۱۷
مقدمه	۱۷
تعاریف و مفاهیم چابکی	۱۸
ابعاد چابکی	۲۱
ویژگی‌ها و شاخص‌های اصلی در چابکی سازمان	۲۲
اصول زیربنای چابکی	۲۵
تولید چابک	۲۵
ابزارهای سازمان برای تحقق چابکی	۲۸
ساختار	۲۸
کارکنان	۲۸
تکنولوژی	۲۹
تکنولوژی اطلاعات	۲۹
نوآوری و خلاقیت	۳۰
فراهم‌کننده‌های چابکی	۳۰
ارزیابی چابکی سازمان	۳۰
مدل‌های چابکی سازمان	۳۱
مدل چابکی سازمانی یوسف و همکاران: اجزای این مدل در زیر به تشریح آورده می‌شود:	۳۱
رهبری	۳۱
فرهنگ	۳۱
سیستم‌های پاداش	۳۱

۳۲	عضویت‌های سازمانی
۳۲	تأمین‌کنندگان
۳۲	مشتریان
۳۳	فناوری اطلاعات
۳۳	شاخص‌های بهبود چابکی
۳۵	تشکیل مشارکت مجازی
۳۵	حوزه‌های مؤثر و دخیل در چابکی سازمان
۳۶	انعطاف پذیری، انطباق‌پذیری و چابکی
۳۹	طبقه‌بندی محرک‌های چابکی
۳۹	۱-۲۷-۲ طبقه‌بندی بر اساس ماهیت
۴۲	توانایی‌های چابکی
۴۳	فراهم‌کننده‌های چابکی
۴۷	اصول و ابعاد چابکی در بخش دولتی
۴۸	نقش سرمایه فکری بر چابکی سازمانی
۴۸	اصل اول: استفاده از شبکه‌ها برای پیش‌بینی، درک و پیکره‌بندی مجدد تغییرات
۴۹	اصل دوم: اطمینان به یادگیری نحوه انجام فعالیت‌ها و پاسخگویی به پالش‌ها
۴۹	اصل سوم: بهبود کارایی و اثربخش منابع در دسترس
۵۱	فصل ۲
۵۱	مبانی مدیریت دانش
۵۱	مقدمه
۵۷	خرد
۵۸	تمایز میان داده، اطلاعات، دانش، خرد
۵۸	تبدیل داده به دانش

۵۹	انواع دانش
۶۰	دانش ضمنی
۶۰	دانش صریح
۶۱	تفاوت بین دانش صریح و دانش ضمنی
۶۳	ضرورت و اهمیت دانش
۶۴	مروری بر تاریخچه مدیریت دانش
۶۵	تاریخچه مدیریت دانش
۶۵	مدیریت دانش
۶۹	تعریف مدیریت اطلاعات
۶۹	تفاوت اطلاعات با دانش
۷۰	تفاوت مدیریت اطلاعاتی و مدیریت دانش
۷۱	مزایای مدیریت دانش
۷۲	مراحل فرایند مدیریت دانش
۷۵	مراحل مدیریت دانش
۷۵	منابع دانش سازمانی
۷۷	مراحل ایجاد دانش
۷۸	شناسایی دانش
۸۰	اکتساب دانش
۸۲	توسعه دانش
۸۴	(ب) ذخیره دانش
۸۴	فرایند های نگهداری و ذخیره دانش
۸۵	گزینش دانش
۸۵	ذخیره سازی دانش

۸۶	روز آمد سازی دانش
۸۶	فراموشی سازمانی
۸۷	ابزارهای توزیع و اشتراک دانش
۸۷	شیوه های اشتراک دانش
۸۹	اصل کشش و فشار در توزیع دانش
۸۹	زیرساخت های فنی توزیع دانش
۹۰	موانع اشتراک دانش ر سازمان
۹۱	ت(به کارگیری دانش
۹۲	موانع استفاده از دانش
۹۲	کوری سازمانی
۹۵	فصل ۳
۹۵	سیستم های اطلاعاتی
۹۵	تعریف سیستم های اطلاعاتی:
۹۵	سیستم اطلاعاتی (IS) شبیه فناوری اطلاعات (IT) نیست
۹۵	چهار عنصر مهم یک سیستم اطلاعاتی
۹۶	فناوری اطلاعات:
۹۷	فرآیند:
۹۷	نیروی انسانی:
۹۷	ساختار:
۹۸	اثرهای سیستمی
۹۹	چرا سازمان ها سیستم های اطلاعاتی ایجاد می کنند؟
۱۰۰	سیستم های اطلاعاتی موفق
۱۰۱	موفقیت سیستم های اطلاعاتی: تعریف

۱۲۲	- سیستم های اطلاعاتی جغرافیایی :
۱۲۳	توانایی های یک سیستم هوشمند :
۱۲۴	شبکه های عصبی و منطق فازی:
۱۲۵	مزایای شبکه های عصبی:
۱۲۵	منطق فازی:
۱۲۶	الگوریتم های ژنتیک:
۱۲۷	عامل های هوشمند
۱۲۷	عامل های پایشکر:
۱۲۸	عامل های داده کاوی :
۱۲۸	عامل های شخصی :
۱۲۹	فصل ۴
۱۲۹	اشتراک دانش
۱۲۹	تسهیم دانش سازمانی
۱۲۹	تعاریف تسهیم دانش سازمانی
۱۳۲	اهمیت تسهیم دانش سازمانی
۱۳۲	دیدگاه های مختلف در زمینه انواع فعالیتهای تسهیم دانش
۱۳۴	کانالهای موثر بر تسهیم دانش در سازمان
۱۳۵	حالتهای مختلف انتقال دانش
۱۳۷	محیط کاری مناسب برای تسهیم دانش سازمانی
۱۳۸	گروههای تسهیم تجربه
۱۳۸	منافع تسهیم دانش در سازمان
۱۳۹	موانع بالقوه تسهیم دانش
۱۳۹	- موانع بالقوه فردی تسهیم دانش

- ۱۴۰ - موانع بالقوه سازمانی تسهیم دانش
- ۱۴۲ - موانع بالقوه فناوری در زمینه تسهیم دانش
- ۱۴۲ عوامل موثر در تسهیم دانش سازمانی
- ۱۴۴ عوامل موثر بر تسهیم دانش سازمانی
- ۱۴۴ عوامل فردی
- ۱۴۴ - خشنودی از کمک به دیگران:
- ۱۴۴ - خودکارآمدی دانش:
- ۱۴۴ عوامل کنوازیکی^۱
- ۱۴۶ عوامل سازمانی^۱
- ۱۴۶ - پاداشهای سازمانی
- ۱۴۷ - حمایت درونی
- ۱۴۹ فصل ۵
- ۱۴۹ مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی
- ۱۵۱ - فرآیند کارآفرینی سازمانی
- ۱۵۴ - عوامل موثر بر تسهیل کارآفرینی سازمانی
- ۱۵۵ - رابطه میان استراتژی تنوع و کارآفرینی سازمانی
- ۱۵۶ - رابطه میان ظرفیت ها و کارآفرینی سازمانی
- ۱۵۸ رابطه میان یادگیری سازمانی و کارآفرینی سازمانی
- ۱۵۹ - ابعاد کارآفرینی درون سازمانی
- ۱۶۰ - رابطه میان خلاقیت سازمانی و کارآفرینی درون سازمانی
- ۱۶۳ - تجدید ساختار درونی
- ۱۶۳ - ریسک پذیری
- ۱۶۴ موانع کارآفرینی سازمانی

۱۶۴	کنترل شدید
۱۶۵	سیستم تشویق و ارائه پاداش
۱۶۵	فرهنگ سازمان (محافظه کارانه)
۱۶۶	فرهنگ سازمانی در برابر فرهنگ کارآفرینی سازمانی
۱۶۷	تفاوت های فرهنگ سنتی سازمانی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی
۱۶۷	فرهنگ سنتی سازمانی:
۱۶۷	فرهنگ کارآفرینی سازمانی:
۱۶۸	ایجاد مدل کارآفرینی سازمانی
۱۶۹	حادثه ناگهانی تغییر محیطی:
۱۶۹	تصمیم به انجام فعالیت کارآفرینانه سازمانی:
۱۶۹	برنامه ریزی کاری - امکان سنجی:
۱۶۹	قابلیت دسترسی منابع:
۱۶۹	توانایی غلبه بر موانع:
۱۷۰	اجرای تفکر:
۱۷۱	فصل ۶
۱۷۱	انعطاف پذیری استراتژیک و چابکی زنجیره تامین و عملکرد شرکت
۱۷۱	مقدمه
۱۷۱	انعطاف پذیری استراتژیک
۱۷۲	تناقض انعطاف پذیری:
۱۷۳	گونه های انعطاف پذیری:
۱۷۳	انعطاف پذیری داخلی در برابر انعطاف پذیری خارجی:
۱۷۴	مسیرهای حل تعارض انعطاف پذیری:
۱۷۴	فرایند عادی سازی:

۷۴	فرایند بازآفرینی:
۷۵	زنجیره ی تأمین
۷۵	تاریخچه ی زنجیره ی تأمین: سیر تحول مدیریت زنجیره ی تأمین
۷۸	دهه ی ۱۹۹۰ میلادی و رشد سریع زنجیره های تأمین
۸۱	تعریف زنجیره ی تأمین
۸۴	کلیات ارزیابی عملکرد زنجیره ی تأمین
۸۵	اهداف ارزیابی عملکرد
۸۵	روش های ارزیابی عملکرد
۸۷	استراتژی ارزیابی
۸۹	آمیخته ی بازاریابی و آمیخته ی ترفیع تجاری
۸۹	بازاریابی رابطهای و بازاریابی سنتی
۹۰	ایجاد وفاداری در مشتریان
۹۱	تعریف وفاداری
۹۲	داشتن ارتباط نامحسوس با مشتری
۹۲	ایجادشدن روابط
۹۲	یکی شدن
۹۳	اندازه گیری وفاداری
۹۴	منافع و هزینه های وفاداری مشتری
۹۶	ایجاد وفاداری در مشتری
۹۸	علت سودآوری مشتریان وفادار
۹۸	هزینه های جذب
۹۸	سود پایه
۹۹	رشد درآمد

۱۹۹	صرفه جویی
۱۹۹	مراجعات
۱۹۹	صرف قیمت
۱۹۹	عوامل ایجاد وفاداری از دید مشتریان
۲۰۱	نام تجاری و وفاداری
۲۰۳	تحلیل عوامل داخلی
۲۰۳	تحلیل عوامل خارجی
۲۰۴	فعالیت‌های ترفیعی و تبلیغی
۲۰۶	هدف‌گذاری آمیخته ی ترفیع
۲۰۷	اهمیت هدف‌گذاری
۲۰۸	تحول استراتژیهای ترفیع
۲۰۹	استراتژی ترفیع و ارتباطات منسجم
۲۰۹	تحقیقات بازار و استراتژی ترفیع
۲۱۰	فرایندهای هدف‌گذاری ترفیع
۲۱۲	هرم استراتژی ترفیع
۲۱۵	عملکرد سازمان
۲۱۶	ضرورت و اهمیت ارزیابی عملکرد
۲۱۷	تعریف عملکرد
۲۱۸	دیدگاههای سنتی و نوین در ارزیابی عملکرد
۲۲۰	فرایند ارزیابی عملکرد
۲۲۲	مدلها و الگوهای سیستم ارزیابی عملکرد
۲۲۲	۱. الگوی فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی AHP
۲۲۳	۲. نظام مدیریت کیفیت ایزو ISO

۲۲۳	۳. هرم عملکرد
۲۲۴	۴. نظام کارت امتیازی متوازن BSC
۲۲۴	۵. فرایند کسب و کار
۲۲۵	۶. چارچوب مدوری و استیپل (Medori and Steeple)
۲۲۶	۷. روش تحلیل ذینفعان Stok holder
۲۲۶	۸. نظام مدیریت بر مبنای هدف
۲۲۷	۹. نظام مدیریت کیفیت جامع
۲۲۷	۱۰. روش شکوم بالدريچ
۲۲۸	۱۱. مدل تالی رمار (EFQM)
۲۲۹	فهرست منابع و مآخذ