

سازمان‌های نابغه

هنر رهبری نوآوری و شکوفا کردن نبوغ جمعی

نویسندگان

لیندا هیل، جریگ براندو،

امیلی نوولاو، کنت لاین بوک

مترجمان

محمد حسین نقوی، علی بابا

مسعود یدایی، امین یوسفی



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

عنوان و نام پدیدآور : سازمان‌های نابغه (هنر رهبری نوآوری و شکوفا کردن نبوغ جمعی) / لیندا هیل...
[و دیگران]، مترجمین محمد حسین نقوی... [و دیگران].

مشخصات ظاهری : ۲۱۶ص. مشخصات نشر : تهران رسا، ۱۳۹۸.

شابک : 978-964-317-993-9 وضعیت فهرست‌نویسی : فیا.

یادداشت : عنوان اصلی : Collective Genius: the art and practice of leading innovation, 2014

یادداشت : لیندا هیل، جریگ براندو، امیلی ترولاو، کنت لاین‌بوک.

یادداشت : مترجمین: محمد حسین نقوی، علی بابایی، مسعود یدایی، امین یوسفی.

عنوان دیگر : هنر رهبری نوآوری و شکوفا کردن نبوغ جمعی.

موضوع : رهبری Leadership موضوع : نوآوری Technological Innovations

موضوع : رفتار سازمانی Organizational Behavior

شناسه افزوده : هیل، لیندا L. Hill، شناسه افزوده : نقوی، محمد حسین.

رده‌بندی : رده‌بندی دیویی : ۵۷۷ HL رده‌بندی کتابشناسی ملی : ۶۱۱۲۱۵۲

بیا ید به فوق دیگران احترام بگذاریم

دوست عزیز، این کتاب حاصل ده‌ترنج چندین ساله مؤلف، مترجم و ناشر آن است. تکثیر و فروش آن به هر شکلی بدون اجازه از پدیدآورنده کاری غیراخلاقی، غیرقانونی و غیرشرعی و کسب درآمد از استیج دیگران است. این عمل نادرست در زندگی پیامدهای ناگواری دارد و موجب رواج بی‌اعتمادی در جامعه و ایجاد محیطی ناسالم برای خود و فرزندانمان می‌گردد.



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

تلفن: ۴۵-۸۸۳۴۸۴۴ فاکس: ۸۸۳۸۱۲۵ WWW.KASABOOKS.IR

عنوان : سازمان‌های نابغه — نویسندگان: لیندا هیل، جریگ براندو، امیلی ترولاو، کنت لاین‌بوک.

مترجمین: محمد حسین نقوی، علی بابایی، مسعود یدایی، امین یوسفی.

چاپ اول: ۱۳۹۹ — تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

کلیه حقوق محفوظ و مخصوص ناشر است.

مرکز توزیع: پخش رسا — تلفن: ۶۶۹۰۷۷۱۰ و ۶۶۹۰۷۷۱۲

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

سخن ناشر

در راستای مسئولیت اجتماعی و اخلاقی مرتبط با نشر کتاب و رعایت حقوق مخاطبین عزیز، انتشارات رسا پایبندی خود را به اصول زیر اعلام می‌دارد:

۱. به هنگام ثبت کتاب در آرشیو کتابخانه ملی و دریافت فیزیای کتاب، در صورتی که کتاب پیش از آن توسط ناشر دیگری منتشر و یا ثبت شده باشد، اطلاعات آن در فیزیای دریافتی درج می‌گردد. ما به خاطر بهره‌مندی از مزایای نخستین ناشر، آن اطلاعات را هرگز از فیزیای کتاب حذف نمی‌کنیم.

۲. ما متعهدیم که برای احترام به حقوق مخاطبین، همه کتاب‌های منتشره خود را حتی‌الامکان بدون غلط املایی، ویراستاری شده و در صورت ترجمه، پس از مطابقت متن اصلی و با کیفیت منتشر کنیم.

۳. ما متعهدیم که برای جلوگیری از اجحاف به مخاطبین و پرهیز از گران‌فروشی از کتاب‌های (ازدیاد بی‌مورد صفحات کتاب و سودجویی از آن برای درج بهای بیشتر) خودداری کنیم.

۴. ما متعهدیم که آنچه به عنوان کتاب و دفعات چاپ و به‌ویژه نام و سمت پدیدآورنده و مترجم، در روی جلد و یا در صفحه شناسنامه درج می‌گردد، مطابق با واقعیت باشد.

۵. ما متعهدیم که کتاب‌های منتشره توسط ما اقتباس از کتب منتشره دیگران نباشد و نیز در مورد متون ارائه شده برای نشر، اماسار باشیم.

۶. ما متعهدیم که در عناوین ترجمه شده، نسبت به اصل عنوان کتاب و مندرجات روی جلد، به ناشر اصلی وفادار بوده و در صورت تغییر عنوان، تصویر و یا عنوان اصلی را نیز برای آگاهی مخاطبین محترم، درج نماییم.

۷. و در نهایت، تلاش ما بر آن است که در وضعیت فعلی اقتصاد کشور، بهای کتاب را با توجه به سطح معیشت مخاطبین محترم و امکان ادامه کار ناشر، تعیین کنیم.

لطفاً شما دوست عزیز نیز با ابراز بازخورد خود از کتاب‌ها به ناشران آنها و ارائه پیشنهاداتتان، ما را در تلاش برای ارتقاء فرهنگ جامعه و بهبود فضای نشر کشور، یار و همراه باشید.

فهرست مطالب

۱۱	پیشگفتار حامی
۱۳	پیشگفتار مترجمان

۱۹	نبرغ جمعی شبیه چیست؟
۲۲	بیکسار چوگر نوآوری می‌کند؟
۴۱	۲ چرا نبرغ جمعی به رهبری نیاز دارد؟
۴۲	پارادوکس‌های مرتبط با «مشارکت»
۴۶	پارادوکس‌های مرتبط با «تجربگی مبتنی بر اکتشاف»
۵۱	پارادوکس‌های مرتبط با «تضمین‌گیری یکپارچه»
۵۹	۳ بازتعریف نقش رهبر
۶۰	رهبر جدید اچ.سی.ال
۶۴	نیازهای بازار تغییر کرده است
۶۶	تغییر نحوه تفکر افراد
۷۱	بازتعریف نقش رهبر
۷۳	اچ.سی.ال با سرعت به پیش می‌رود
۷۴	درس‌آموخته‌ها از یک رهبری متفاوت

بخش اول

ایجاد تمایل در افراد برای خلق نوآوری

۸۱	۴ خلق یک کامیونیتی
۸۳	دی‌مو در بازاریابی فولکس واگن به چه چیزی دست یافت؟

۸۵	مسئله پیش روی دی مو
۸۵	فنداسیونی برای بنا کردن ساختمان
۹۴	تفکر آبی داشته باش
۹۶	نتایج شرکت
۹۶	کامیونیتی، اشتیاق را به همراه خود خواهد آورد

۱۰۱	۵. قراندنی برای پایداری کامیونیتی
۱۰۳	بن کرام
۱۰۵	هدف پنتاگرام
۱۰۶	اهمیت ارزش‌های مشترک
۱۱۰	هنوز هدف و ارزش‌ها مشترک کافی نیست
۱۱۱	قوانین ایجاد احساس تعلق و کامیونیتی‌های خلاق
۱۱۱	افراد چگونه با یکدیگر تعامل می‌کنند
۱۱۶	سخن پایانی

بخش دوم

توانایی خلق نوآوری

۱۲۱	۶. سایش خلاقانه
۱۲۲	بحران در «رندرفارم»
۱۲۸	لطفاً تصمیمی بگیر
۱۳۱	پردازنده‌های جدیدی بخريد يا كار را عقب بيندازيد
۱۳۹	سایش خلاقانه
۱۴۴	بارادوكس سایش خلاقانه
۱۴۵	نقش رهبر در سایش خلاقانه

۱۵۱	۷. سرعت عمل خلاقانه
۱۵۳	پروژه‌های کوچک ای‌بی‌آلمان

۱۵۷	دو پارادوکس مرتبط با سرعت عمل خلاقانه
۱۵۸	نقش رهبر در ایجاد توانایی سرعت عمل خلاقانه
۱۶۵	۸ تصمیم‌گیری خلاقانه
۱۶۵	گوگل و جنگ ذخیره داده‌ها
۱۷۴	نقش رهبر در تصمیم‌گیری خلاقانه
۱۷۸	معنای بخش اول و دوم

بخش سوم

اتریش: تم نوآوری برخاسته از نبوغ جمعی ۲

۱۸۵	۹ یک آزمایشگاه برای شکست
۱۸۶	توسعه یک اکوسیستم نوآوری
۱۸۸	ائتلاف فایزر (PLA)
۱۹۰	کامیونیتی، یک نقطه کلیدی است
۱۹۰	ساختن کامیونیتی در Calit2
۱۹۴	ساختن کامیونیتی در PLA
۱۹۶	درس‌هایی از PLA و Calit2

جمع‌بندی

کجا می‌توانیم رهبران نوآور آینده را پیدا کنیم؟

۲۰۰	ویژگی‌های مناسب برای یک رهبر نوآوری
۲۰۲	اما رهبران، و رای آنکه چگونه متولد شده‌اند، ساخته می‌شوند