

مدیریت مدرن در کسب و کارها

دکتر محمدرضا دلوی

دکتر میثم شکری ساز

کرامت قاسمی

www.ketab.ir

سرشناسه:	دلوی، محمدرضا، ۱۳۴۹ -
عنوان و نام پدیدآور:	Dalvi, Mohammad Reza مدیریت مدرن در کسب و کارها / مولف محمدرضا دلوی ، میثم شکری ساز، کرامت قاسمی .
مشخصات نشر:	اصفهان: پارسیان دانش پندار، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری:	۴۱۷ص
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۶۵۱۲-۵۸-۹
وضعیت فهرست نویسی:	فیبیا
موضوع:	کسب و کار - مدیریت
موضوع:	Budiness- Management
موضوع:	موفقیت در کسب و کار
موضوع:	Success in Business
موضوع:	رهبری
موضوع:	Leadership
شناسه افزوده:	شکری ساز، میثم ، ۱۳۶۵ -
شناسه افزوده:	قاسمی قلعه - کرامت، ۱۳۶۲ -
رده بندی کنگره:	HF۵۷۱۸
رده بندی دس:	۶۵۸/۴۵۳
شمار کتابشناختی ملی:	۵۶۹۰۷۲۰

نام کتاب: مدیریت مدرن در کسب و کارها

مولف: محمدرضا دلوی ، میثم شکری ، کرامت قاسمی .

ناشر: اصفهان : پارسیان دانش پندار ۱۳۹۸.

شمارگان: ۱۰۰۰

قطع: وزیر

تاریخ نوبت چاپ: ۱۳۹۸

نوبت چاپ: اول

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۵۱۲-۵۸-۹

قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۱	بخش اول : مدیریت توجه و ملاحظه
۲	تعاریف مدیریت از دیدگاه صاحب نظران مختلف
۴	خدایان چهارگانه مدیریت از دیدگاه هندی
۵	فرهنگ باشگاهی (زئوس)
۷	فرهنگ ایفای نقش (آپولو)
۹	فرهنگ وظیفه گرایی (آتنا)
۱۱	فرهنگ اصالت فرد (دیونیسوس)
۱۳	نوع فرهنگ دارید؟
۱۴	تفاوت بین رهبری و مدیریت
۱۶	فعالیت های مدیران از دیدگاه لوتانز
۱۶	وظایف مدیران از دیدگاه های متفاوت
۱۷	مهارت های مدیران از دیدگاه کر و کان
۱۸	طبقه بندی مدیران از دیدگاه استرن
۱۹	الگوی تحلیل روزمری استیوارت
۲۰	محتوای کار و نقش های مدیریتی
۲۲	مشخصات مدیران موفق
۲۳	وظایف مدیریت
۲۴	ویژگی های مدیر موفق
۲۴	مدیران موفق از دیدگاه لوینگ
۲۵	مدیر قهرمان
۲۵	مدیران کازموپلیتان یا جهان وطنی ها
۲۵	مدیران لکال یا محلی
۲۶	سطوح مدیریت براساس سلسله مراتب سازمانی
۲۸	طبقه بندی از تئوری های مدیریت براساس نظر مارچ و سایمون
۲۸	طبقه بندی جیمز تامپسون
۲۹	طبقه بندی لارنس و لورش
۲۹	طبقه بندی نیومن و وارن
۲۹	طبقه بندی اتزیونی

۳۰	طبقه بندی پیو
۳۰	-تئوری ساخت گرایان یا تئوری بوروکراسی وبر و دیگران
۳۰	-تئوری گروهی مدیریت التون مايو و رفتارگرایان
۳۰	-تئوری فردی سازمان کارل راجرز
۳۰	طبقه بندی فیلی، هاوس وکر
۳۰	طبقه بندی فردلوتانز
۳۰	طبقه بندی ژوزف میسی
۳۱	طبقه بندی دیوید هامپتون
۳۱	-تئوری متمرکز بر عامل شغل معادل مدیریت علمی
۳۲	جنگل نظریه‌های مدیریت از دیدگاه کونتز
۳۲	نگرش تجربی یا موردی
۳۵	طبقه بندی مجموعه‌ای از تئوریهای مدیریت
۳۶	طبقه بندی موضوعی نظریه‌های سازمان و مدیریت
۳۷	تعاریف سازمان از دیدگاه صاحب نظران مختلف
۴۰	تعریف سازمان به منزله یک سیستم عقلایی
۴۰	تعریف سازمان به منزله یک سیستم طبیعی
۴۰	تعریف سازمان به منزله یک سیستم باز
۵۵	بخش دوم : مدیریت معنی و عمق
۴۳	سازمانهای یادگیرنده (فراگیر)
۴۳	اصول سازمان‌های یادگیرنده از دیدگاه پیتربلچ
۴۴	تقسیم‌بندی سازمانها از نظر صاحب نظران مختلف
۴۴	تقسیم بندی سازمانها از نظر پارسونز
۴۴	تقسیم بندی سازمانها از نظر بلا و اسکات
۴۴	تقسیم بندی سازمانها از نظر چارلز هندی
۴۵	انواع سازمانها از نظر کتز و کان
۴۵	انواع سازمانها از نظر اتزیونی
۴۶	تقسیم بندی سازمانها از نظر حسام‌الدین بیان
۴۶	-سازمان علمی و پژوهشی
۴۷	انواع چهارگانه سازمانها
۴۸	سازمان‌های موفق
۴۹	سازمان رسمی و غیر رسمی
۵۰	تعاریف تئوری سازمان
۵۱	خصوصیات تئوری سازمان

۵۳		طرق ایجاد تئوری سازمانی
۵۳		شکل‌گیری تئوری‌های سازمانی
۵۴		رشته‌های مؤثر در تئوری سازمان
۵۴		اهمیت درک تئوری سازمان
۵۴		پیدایش حوزه مطالعه سازمان‌ها
۵۴		اهمیت سازمانها
۵۴		چرا سازمان‌ها را مطالعه می‌کنیم؟
۵۵		علت وجودی سازمانها و مدیران
۵۶		ارکان تئوری سازمان
۵۶		نقش تئوری سازمان
۵۶		رابطه مبادله در سازمان
۵۷		اعضای تشکیل دهنده سازمان
۵۷		سطوح تجزیه و تحلیل سازمان
۵۷		سطوح تجزیه - تحلیل
۵۸		سطوح تجزیه و تحلیل تئوری‌های سازمان
۵۸		دیدگاهها و سیستم‌های تئوریهای سازمان
۵۸		دیدگاههای تئوری سازمان از نظر دفت
۶۰		دیدگاههای سازمانی از نظر پالمان و دیل
۶۰		تقسیم‌بندی تئوری‌های سازمان از نظر والرال بالک
۶۳		تقسیم‌بندی تئوریهای سازمان از نظر ریچارد هال
۶۳		الگوی مبتنی بر بوم‌شناسی و جمعیت یا الگوی انتخاب طبیعی
۶۶		الگوی وابسته به محیط
۷۱		الگوی بخردانه - اقتضایی
۷۴		دیدگاه مارکسیستی
۷۵		الگوی مبتنی بر هزینه معاملات
۷۷		الگوی مبتنی بر نهادی بودن سازمان
۸۱		تقسیم بندی تئوریهای سازمان و مدیریت از دیدگاه شفریتز و اوت
۱۲۱		سازمان‌ها به مثابه سیستم‌ها
۱۲۱		سیستم‌ها، سیلوها و اسپاگتی
۱۲۱		درک فرهنگ سازمانی
۱۲۲		رهبران، ضد قهرمانان و فرصت‌ها
۱۴۷		تغییر سازمانی
۱۴۷		روایت داستان، چشم انداز سازمانی به عنوان محرک موفقیت

۱۴۸	روایت سازمانی چیست؟
۱۴۸	محدودیت های چشم انداز
۱۴۹	تغییر برای سازمان چه کاری انجام خواهد داد؟
۱۵۰	چرخه حیات یک تیم
۱۵۱	مسائل رایجی که جلوی پیشرفت تیم را میگیرند
۱۵۲	انگیزش و وفاداری: پرورش نیروی کار با انگیزه
۱۵۲	عدالت و انصاف در سازمانها
۱۵۲	یادگیری سازمانی
۱۵۲	افسانه بهره وری: ارزیابی، تعیین هدف و چرخه عملکرد عالی
۱۵۳	طفلکی هفته من کجا رفته است، آه، اون کجا رفته است؟
۱۵۳	ذهن موفق: ایجاد خوش بینی و اراده متمرکز
۱۵۷	بخش سوم: مدیریت اعتماد
۱۵۴	رهبری
۱۵۵	دیدگاه ریزگ های شخصیتی در مقابل دیدگاه فرآیندی
۱۵۶	رهبری انتصابی و انتخابی
۱۵۶	رهبر و قدرت
۱۵۷	رهبری و زور
۱۵۷	رهبری و مدیریت
۱۵۸	مروزی کوتاه بر رهبری و ابعاد گونه های آن
۱۵۸	رهبری چیست؟
۱۵۹	ارکان رهبری
۱۵۹	فرآیند و نقش های رهبری
۱۶۰	نظریه های جدید درباره نقش و وظایف رهبری در سازمان
۱۶۰	رهبری رابطه مدار
۱۶۱	تعریف دوباره رهبری، تعریف دوباره ساختار سازمانی است.
۱۶۱	رهبری و مدیریت اسلامی
۱۶۱	نظریه های عمومی رهبری
۱۶۲	اختیار پیروان
۱۶۲	صفات روحانی و اخلاقی رهبر از دیدگاه اسلام
۱۶۳	فضائل رهبری از دیدگاه اسلام
۱۶۴	تئوریهای نوین رهبری
۱۶۴	نگرش مهارت های سه گانه
۱۶۵	مدل مهارتی

۱۶۶	شایستگی ها
۱۶۷	جاذبه های فردی:
۱۶۸	دستاوردهای رهبری
۱۶۹	معیارهای فرهنگ
۱۷۰	تئوریهای اخلاقی
۱۷۲	دیدگاه هیفتز درباره رهبری اخلاقی:
۱۷۲	دیدگاه برنز درباره رهبری اخلاقی:
۱۷۲	دیدگاه گرین لیف درباره اخلاق رهبری
۱۷۲	اصول رهبری اخلاقی:
۱۷۴	برای رهبران در سازمان ها صادق بودن به معنای:
۱۷۴	مدیریت منابع انسانی
۱۷۴	نگرانی های پایداری پیرامون مدیریت امور کارکنان
۱۷۵	تفاوت میان مدیریت منابع انسانی و مدیریت امور کارکنان
۱۷۵	نظام های مدیریت منابع انسانی:
۱۷۵	اهداف مدیریت منابع انسانی
۱۷۵	فعالیت های مدیریت منابع انسانی
۱۷۶	ویژگیهای مدیریت منابع انسانی
۱۷۶	مدیریت کارکردهای منابع انسانی
۱۷۶	چگونگی تاثیرگذاری منابع انسانی و عملکرد سازمانی
۱۷۶	نقش در حال تغییر منابع انسانی
۱۷۷	چالش های ناشی از تغییرات تکنولوژی
۱۷۷	شیوع کاربرد مفهوم استراتژی در تئوری های منابع انسانی
۱۷۷	مدیریت استراتژیک
۱۷۸	منابع انسانی سنتی در مقابل منابع انسانی استراتژیک
۱۷۸	ماهیت استراتژیک مدیریت منابع انسانی
۱۷۸	مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۱۷۹	اهمیت و ضرورت توجه به مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۱۷۹	تعریف مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۱۷۹	اهداف مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۱۸۰	مدل انطباق
۱۸۰	مدل مبتنی بر کسب و کار (مدل تجاری استراتژیک)
۱۸۰	مدل هماهنگی استراتژیک
۱۸۱	مدل مدیریت تعهد بالا

۱۸۱	روشهای دست یابی به تعهد بالا
۱۸۱	مدیریت عملکرد بالا
۱۸۱	مدیریت مشارکت بالا
۱۸۲	سایر مدل‌های مدیریت منابع انسانی
۱۸۳	متغیرهای زمینه ای خارجی
۱۸۴	متغیرهای زمینه ای داخلی
۱۸۴	نظریه های مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۱۸۵	دیدگاه های استراتژیک مدیریت منابع انسانی
۲۰۰	تفاوت مدیریت استراتژیک منابع انسانی و استراتژی منابع انسانی
۲۰۲	روش ارزیابی:
۲۰۲	ارزیاب ها
۲۰۴	ابعاد استراتژی تعهد بالا
۲۰۵	نمونه اثرات نهادی بر اقدامات مدیریت منابع انسانی
۲۰۵	تقلید پیروان از رقیب
۲۰۵	ارزش های محور: الگو والد ریچ:
۲۰۶	محورهای اصلی تمرکز بر منابع انسانی:
۲۰۷	اصول مدیریت کیفیت رایگر، مینگ
۲۰۸	مدل تعالی منابع انسانی
۲۰۸	توانمندسازهای منابع انسانی
۲۱۱	اصلاحات مدل جایزه تعالی منابع انسانی
۲۱۲	رفتار سازمانی
۲۱۲	نگاه اجمالی به توضیح موضوع
۲۱۳	سیر تکاملی تئوری سازمان
۲۱۴	تئوری شخصیت
۲۱۴	تئوری های ویژگی شخصیتی
۲۱۵	شخصیت در سازمان
۲۱۵	تئوری انتظار
۲۱۵	ادراک و فرآیندهای ادراکی
۲۱۶	تئوری اسناد
۲۱۶	نگرش ها و ارزش ها
۲۱۶	ارزش ها
۲۱۷	یادگیری فردی در سازمان
۲۱۷	سبک های یادگیری

۲۱۷.....	تصمیم گیری
۲۱۸.....	کار احساسی
۲۱۸.....	مکاتب فکری
۲۱۹.....	مدل انتظار پورتر و لاولر
۲۲۰.....	تئوری نیازها
۲۲۰.....	تئوری نیازهای مک کللند
۲۲۰.....	مباحث معاصر پیرامون انگیزش
۲۲۰.....	مدل ویژگی های شغل
۲۲۱.....	تیم های خودگردان و مستقل
۲۲۱.....	گروه های رسمی
۲۲۱.....	گروه های غیررسمی
۲۲۲.....	مدل یاس و رایتر بند
۲۲۲.....	نقش های موجود در گروه
۲۲۲.....	نقش های تیم از نظر بلین
۲۲۳.....	نشانه های گروه کاری
۲۲۳.....	هنری فایول
۲۲۳.....	پیتر دراکر
۲۲۴.....	رهبری: مکاتب فکری
۲۲۴.....	سیر تحول مطالعات رهبری
۲۲۴.....	سبک های رهبری
۲۲۵.....	تئوری اقتضایی فیدلر
۲۲۵.....	تئوری مسیر - هدف
۲۲۵.....	پنج بعد رهبری برای تغییر سازمانی طبق نظریات بک
۲۲۶.....	دیدگاه رهبران در زمینه رهبری
۲۲۶.....	دیدگاه سیاسی
۲۲۷.....	قدرت سازمانی
۲۲۷.....	بی قدرتی
۲۲۷.....	قدرت در واحدهای سازمانی
۲۲۸.....	الگوی مدیریت تعارض
۲۲۹.....	بخش چهارم: مدیریت خود
۲۳۰.....	فرهنگ سازمانی
۲۳۰.....	گونه های فرهنگی چارلز هندی
۲۳۱.....	فرهنگ سازمانی و تغییر

۲۳۲	فرهنگ ملی
۲۳۲	گیرت هافستد
۲۳۳	فراگرد ادراک
۲۳۳	ماهیت فراگرد ادراک
۲۳۴	عوامل اثرگذار بر فراگرد ادراک افراد، اشیاء و رخدادها
۲۳۴	ویژگی های وضعیت
۲۳۴	ادراک زمان
۲۳۴	تعریف و تشریح اهمیت ادراک اجتماعی
۲۳۵	عوامل اثرگذار بر ادراک اجتماعی
۲۳۶	مراحل پردازش اطلاعات
۲۳۷	بازیابی
۲۳۷	توالی چهار مرحله ای شناخت اجتماعی
۲۳۸	استلزام های مدیریتی
۲۳۸	نظریه عصب اجتماعی
۲۳۹	طرحواره های تعامل اجتماعی
۲۳۹	انواع طرحواره
۲۳۹	چگونگی عمل طرحواره ها
۲۴۰	توسعه طرحواره
۲۴۰	خطاهای ادراکی متداول
۲۴۰	فراگرد برخورد کلیشه ای
۲۴۱	چرایی برخورد کلیشه ای
۲۴۱	مسائل ناشی از برخورد کلیشه ای
۲۴۱	به حداقل رساندن برخورد کلیشه ای
۲۴۲	اثر هاله ای
۲۴۲	ادراک گزینشی
۲۴۲	فرافکنی
۲۴۲	آثار تباین
۲۴۲	کامیابی فراخود
۲۴۲	فراگرد کامیابی فراخود
۲۴۳	اقتضائات کامیابی فراخود
۲۴۳	اجرایی کردن اثر پیگمالیون
۲۴۴	مدل اسناد کلی
۲۴۴	مدل اسناد وینر

۲۴۴	خطای اسناد
۲۴۵	فرهنگ سازمانی
۲۴۵	ویژگیهای محوری فرهنگ سازمانی
۲۴۵	پاره فرهنگ های سازمانی
۲۴۵	نقش پاره فرهنگ های سازمانی
۲۴۵	کارکردهای فرهنگ سازمانی
۲۴۶	ارزشهای سازمانی
۲۴۶	منشأ ارزش های سازمان
۲۴۶	محتوای ارزشهای سازمانی
۲۴۷	سیستم های ارزشی چهارگانه
۲۴۷	پیش فرضهای سازمان
۲۴۷	پیش فرضهای روابط با محیط
۲۴۷	نقش پیش فرضها در ارتقای یادگیری و ارتباطات
۲۴۸	پیش فرض های پاره افراد و روابط آنها با یکدیگر
۲۴۸	اجزاء فرهنگ سازمانی
۲۴۸	ویژگیهای ده دانه فرهنگ سازمانی
۲۴۸	ویژگیهای ده گانه فرهنگ سازمانی
۲۴۹	رشته‌های مرتبط با فرهنگ سازمانی
۲۴۹	فرهنگ در برابر جو
۲۵۰	چهارچوب نظریه Z
۲۵۱	رویکرد «در جستجوی کمال»
۲۵۱	فرهنگ سازمانی عملکرد
۲۵۲	فرهنگ های انطباق پذیر
۲۵۲	فرهنگ سازمان و اخلاق کسب و کار
۲۵۲	ممیزی دو فرهنگی
۲۵۲	ابعاد زیربنایی فرهنگ سازمانی
۲۵۳	انواع فرهنگ سازمانی
۲۵۴	مدل عملی برای ایجاد فرهنگ سازمانی
۲۵۴	چگونگی انتقال فرهنگ سازمانی به اعضای سازمان
۲۵۴	حفظ فرهنگ سازمانی
۲۵۴	عناصر مدیریت فرهنگ سازمانی
۲۵۵	مراحل جامعه پذیری سازمان
۲۵۵	بهبود فراگرد جامعه پذیری

۲۵۵	کارگذاران جامعه پذیری سازمان
۲۵۶	تاکتیک های جامعه پذیری
۲۵۷	تغییر فرهنگ سازمانی
۲۵۷	چگونگی تغییر فرهنگ سازمانی
۲۵۸	تعریف فرهنگ
۲۵۸	تناقضات فرهنگی
۲۵۹	خلاصیت در افراد و تیم ها
۲۵۹	اجزاء خلاصیت فردی و تیمی
۲۵۹	فراگرد نوآوری
۲۵۹	مراحل فراگرد نوآوری
۲۶۰	انواع نوآوری
۲۶۰	توانمندسازی
۲۶۱	علل اقدام اخلاقی
۲۶۱	مدل رفتار اخلاقی در محیط کار
۲۶۱	اصول اخلاقی از منظرهای گوناگون
۲۶۱	اصول عام اخلاقی
۲۶۲	راه های خلق فرهنگ اخلاقی
۲۶۲	چگونگی بهبود جو اخلاق سازمان
۲۶۲	ایجاد فرهنگ اخلاقی از طریق فرآیند مرشدی
۲۶۲	کارکردهای مرشدی
۲۶۲	ویژگیهای رابطه مرشدی اثربخش
۲۶۲	شبکه های بهبود زیربنای رابطه مرشدی
۲۶۳	چالش های فراگرد مرشدی
۲۶۳	استلزام های شخصی و سازمانی
۲۶۳	شواهد پژوهشی در زمینه برنامه های مرشدی
۲۶۳	مذاکره
۲۶۶	روش مذاکره مبتنی بر اصول
۲۸۶	رفتار مصرف کننده
۲۸۶	چرا رفتار مصرف کننده را مطالعه میکنیم؟
۲۸۷	تحقیقات انجام شده بر روی رفتار مصرف کننده
۲۸۷	ابعاد روابط مبادله
۲۸۸	رفتار مصرف کننده و مدیر بازاریابی
۲۸۸	حوزه های کاربرد مدیریتی مفاهیم رفتار مصرف کننده:

پیشگفتار

دنیای کسب و کار دنیایی آکنده از رقابت است و در این عرصه کسانی پیروز می شوند که به ابزارهای نوین مدیریتی مجهز باشند. در این فضای رقابت و فراز و نشیب سازمانهایی برنده خواهند شد که اصول علمی و کاربردی مدیریت در روح و کالبدشان جریان داشته باشد. به عبارتی امروزه با افزایش تقاضاهای جامعه از سازمانها، نقش سنتی سازمانها به چالش کشیده شده است. سازمانها دیگر صرفاً موجودیت های قانونی که با ارائه محصولات و خدمات سود ایجاد می کنند، نیستند، بلکه آنها در قبال جامعه هم مسئولند.

بتیس و نانوس، چهار عنصر رهبری که جامع و مورد قبول هستند را پس از بررسی ۹۰ تن از رهبران توصیف کردند که شامل مدیریت توجه و ملاحظه، مدیریت معنی و عمقی، مدیریت اعتماد و مدیریت خود می باشد. کتاب مدیریت و کسب و کار نوین با ارائه فصول جدید و دیدگاههای نو بر آن شده است تا این چهار نوع مدیریت را به صورت متفاوت تحت پوشش قرار دهد تا خلاء علمی و عملی موجود را تحت پوشش قرار دهد.

انتشارات پارسیان دانش پندار که نقش بی بدیل در توسعه دانش مدیریت در سطح کشورمان ایران عزیز دارد بر آن شده است این مهم را در قالب تالیف این کتاب به سرانجام برساند. امید است تلاش این مجموعه ی انتشارات بتواند زمینه ساز توسعه روزافزون این دانش حیاتی و کاربردی در کشور عزیزمان باشد.

از کلیه عزیزانی که در به ثمر رسیدن این اثر نقش داشته اند تشکر می کنیم. سرکار خانم چابک و ابراهیمی که عملیات صفحه آرایی، احداث جواز لازم را بر عهده داشته اند، تشکر داریم.

همواره می توانید نظرها، پیشنهادهای انتقادهای سازنده خود را به ایمیل m_dalvi@yahoo.com ارسال کنید تا در چاپهای بعدی لحاظ شوند.

با آرزوی بهترینها

محمد رضا دلوی

پائیز ۱۳۹۸