

به نام خدا

مهندسی صنایع و مدیریت



انتشارات اشجع

سرشناسه	:	عزیزی، فائزه، ۱۳۶۹ -
عنوان و نام پدیدآور	:	مهندسی صنایع و مدیریت/ فائزه عزیزی.
مشخصات نشر	:	تهران: اشجع، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۲۴۱ ص.؛ ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.
شابک	:	978-622-6461-03-0
وضعیت فهرست نویسی	:	فبیا
موضوع	:	مهندسی -- مدیریت
موضوع	:	Engineering -- Management
موضوع	:	مهندسی صنایع
موضوع	:	Industrial engineering
رده بندی کنگ	:	۱۳۹۷۵۶T ۹م۴ع/
رده بندی یوبی	:	۴۲/۶۷۰
شماره کتابشناسی	:	۵۵۷۰۱۸



انتشارات اشجع

مهندسی صنایع و مدیریت

فائزه عزیزی

انتشارات: اشجع

چاپ: اول - ۱۳۹۸

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۳۰.۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۴۶۱-۰۳-۰

تهران، بزرگراه رسالت، مجیدیه شمالی، خیابان برادران محمودی شرقی، کوچه امید، پلاک ۱

تلفن: ۲۲۵۲۰۷۰۲ و ۲۲۵۱۲۸۳۴ www.ashja.com

فهرست مطالب

مقدمه.....	۹
فصل اول: آموزه‌های مهندسی صنایع.....	۱۱
۱- مهندس کیست؟.....	۱۲
۱-۱- مهندسی صنایع چیست؟.....	۱۳
۱-۱-۱- تاریخچه مهندسی صنایع.....	۱۴
۱-۳- زمینه‌های فعالیت مهندس صنایع.....	۱۵
۱-۴- اهمیت مهندسی صنایع.....	۱۶
۱-۵- اصول فکری دیدگاه‌ها در مهندسی صنایع.....	۱۶
۱-۶- زمینه‌های فعالیت مهندسی صنایع.....	۱۸
۱-۷- اصول فکری مهندسی صنایع.....	۲۰
۱-۸- نقش متمایز مهندسی صنایع در ایران کنونی.....	۲۳
۱-۹- وظایف مهندس صنایع.....	۲۶
۱-۱۰- تکنیک‌های مهندسی صنایع در سیستم‌های مراقبت‌های پزشکی.....	۲۷
فصل دوم: مدیریت و کنترل پروژه.....	۲۹
۱- مفهوم پروژه و مدیریت پروژه.....	۳۰
۱-۲- ابعاد PMBOK.....	۳۱
۲-۲- کلیات فرآیندهای اصلی مدیریت کیفیت پروژه (اسکور، ۲۰۱۱).....	۳۵
۳-۲- مراحل و چرخه حیات پروژه.....	۳۶
۴-۲- مهندسی مدیریت پروژه.....	۳۷
۵-۲- حوزه‌های دانش مدیریت پروژه.....	۴۲
۶-۲- نرم افزار Primavera Enterprise.....	۴۲
۷-۲- پورتفولیو.....	۴۷
۸-۲- رویکرد فرآیندی.....	۴۸
فصل سوم: کنترل کیفیت.....	۴۹

۵۰	۱- کنترل کیفیت
۵۱	۳-۱- مدیریت کیفیت
۵۱	۳-۲- اصول مدیریت کیفیت
۵۲	۳-۳- جنبه‌های مختلف کیفیت
۵۳	۳-۴- آموزش از نگاه معلم کیفیت - دکتر دمینگ
۵۴	۳-۵- برنامه ریزی عدد صحیح
۵۵	۳-۶- فرمول بندی مدل‌های برنامه ریزی آرمانی
۵۶	۱-۶- برنامه ریزی آرمانی
۵۶	۳-۷- الگوریتم‌ها
۵۹	۳-۸- بهینه‌ری
۶۱	فصل چهارم: بهینه‌ری و ویگرناب
۶۲	۱- بهروری
۶۳	۴-۱- بهره‌وری
۶۵	۴-۲- ابزارهای اندازه‌گیری بهره‌وری
۷۱	فصل پنجم: برون‌سپاری
۷۲	۱- برون‌سپاری (Outsourcing):
۷۲	۵-۱- تعریف برون‌سپاری
۷۳	۵-۲- مفهوم برون‌سپاری
۷۳	۵-۳- اهداف برون‌سپاری
۷۴	۵-۴- دلایل برون‌سپاری
۷۵	۵-۵- تجزیه و تحلیل توانایی‌های انجام فعالیت‌های اصلی
۷۷	۵-۶- استفاده از فناوری‌های نوین
۷۸	۵-۷- مهندسی مجدد و کوچک کردن اندازه سازمان
۸۶	۵-۸- تصمیم‌گیری، تصمیم‌سازی، تصمیم‌یاری
۸۹	۵-۹- روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه MADM
۹۳	۵-۱۰- منطق فازی

فصل ششم: مدیریت ۹۵

۱- مدیریت ۹۶

۱-۶- نظریه نقشهای مدیریتی ۹۸

۲-۶- فراگرد مدیریت ۹۹

۳-۶- کارکردهای مدیریت ۹۹

۴-۶- خلاقیت مدیران ۱۰۱

۵-۶- مدیریت موفق و مؤثر ۱۰۱

۶-۶- اصول مدیریت کیفیت ۱۰۴

۱-۶- مولفه‌های هوش مدیریتی ۱۰۵

۹-۶- پدیدار ویندسم معکوس ۱۰۷

۱۰-۶- مدیریت ریسک سازمانی ۱۰۹

۱۱-۶- مدیریت نگاه ۴ شخص مشهور جهان ۱۰۹

فصل هفتم: تعالی سازمانی و مدیریت ۱۱۳

۱- تعالی سازمانی ۱۱۴

۱-۷- معیارهای مدل FQM ۱۱۶

۲-۷- برنامه‌ریزی منابع سازمانی ۱۱۷

۳-۷- فرهنگ سازمانی ۱۲۱

۴-۷- نکته دمینگ در مدیریت تحول و تغییر سازمان ۱۲۹

۵-۷- بررسی درک ایمنی (safe perception survey- SPS) ۱۳۰

۶-۷- کنترل سازمانی، مدیریت سوء یا سوء مدیریت ۱۳۱

فصل هشتم: مدیریت استراتژیک ۱۳۳

۱-۸- مدیریت استراتژیک ۱۳۴

۱-۱-۸- تعریف استراتژی ۱۳۴

۱-۱۲-۸- پنج روش برای تبدیل شدن به رهبر فکری ۱۴۶

۱-۱۳-۸- ویژگی افراد و رهبران توانا ۱۴۷

۱-۱۴-۸- ویژگی کلیدی رهبران در فضای کسب و کار جدید ۱۴۹

فصل نهم: برند ۱۵۵

۱- استراتژی برند ۱۵۶

۱-۹- پنج اقدام ساده برای معماری یک برند قوی و بهینه سازی تجربه ۱۵۷

۲-۹- اصول اساسی برای ساختن برندهای پر سود و پر دوام ۱۶۰

۳-۹- رضایتمندی ۱۶۲

۴-۹- درک روابط عمومی ۱۶۴

۵-۹- ریسک معایرت ۱۶۴

۶-۹- تاثیر تصویر کشور تولید کننده ۱۶۶

۷-۹- ساختن و بازاریابی وفاداری برند ۱۶۷

۸-۹- برده های وفاداری و احساس تعهد ۱۶۸

۱۰-۹- عواما ا تقای برند ۱۷۰

۱۲-۹- روم کتینگ و قدرت ناخودآگاه برند ۱۸۲

۱۳-۹- طری رمدل سبب و کار ۱۸۵

فصل دهم: بازاریابی ۱۸۷

۱- بازاریابی ۱۸۸

۱-۱۰- بازاریابی ایمیلی ۱۸۹

۲-۱۰- طرح یا برنامه بازاریابی (Marketing Plan) ۱۹۰

۳-۱۰- بازاریابی مناسبتی ۱۹۵

۴-۱۰- CRM ۱۹۷

۵-۱۰- گروه بندی مشتریان ۲۰۴

۶-۱۰- ERP ۲۰۶

۷-۱۰- PBM ۲۰۹

فصل یازدهم: لغات، اصطلاحات و نرم افزارهای مدیریت و صنایع ۲۱۱

۱-۱۱- لغات مورد نیاز مدیریت ۲۱۲

۲-۱۱- لغات پر کاربرد در مهندسی صنایع ۲۱۴

۳-۱۱- نرم افزارهای مورد نیاز رشته مهندسی صنایع ۲۳۵

منابع ۲۴۱

مقدمه

اساس مهندسی در هر گرایشی طراحی مبنی بر اندازه گیری، محاسبه و تحلیل با استفاده از علوم ریاضی و تجربی شکل می گیرد در نتیجه حرفه مهندسی کاملاً دید فنی و ماشینی دارد که موجب محدودیت دیدگاه در ابعاد خاص شده و برخی موضوعات مانند یافتن بهترین روشهای مدیریت ارتباطات انسانی در دیدگاه محض مهندسی نادیده گرفته می شود. مهندسی صنایع با در برداشتن نگرش سیستماتیک و فراگیر ارتباط تخصصهای مختلف و نهاد مدیریت سازمان را ایجاد نمود و اولین برنامه ریزی، سازماندهی، هدایت و نظارت بر امور اجرایی با هماهنگی بیشتری دنبال می گردد. این نگرش استمرار همان سیر تفکر تیلور و هم عصیان وی می باشد که به تلاش نکردن آنان مجموعه اصول و نگرشهای مدیریت علمی موجودیت یافت. مدیریت علمی همان دانش سنتی مهندسی صنایع است. با پیشرفت مدیریت علمی، مهندسی صنایع با تفکر و بررسیهای علوم ریاضی، فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی در عرصه صنعت و خدمات ظهور کرد که به معنی ایجاد یک تفکر فراگیر و سیستماتیک بود. نگاه مهندسی صنایع به مسائل از زوایا و دیدگاههای مختلف همانند توجه به خروجی و محصول سیستم، توجه به مشتری و یا نگرش به بهره‌وری سازمان قابل طرح و پیگیری میباشد که بر مبنای اصول فکری تقریباً یکسانی دنبال می گردد. کتاب موجود با در کنار هم قرار دادن دو رویکرد مهندسی صنایع و نگاه مدیریتی و راهبردی به تمامی فعالیت‌های سازمانی در قالب چند فصل

کلیدی، بنا دارد تا موارد کاربردی در خصوص مهندسی صنایع و مدیریت را ارائه دهد. امید که در سایه منویات بزرگان و اندیشمندان این امر توانسته باشم قدمی کوچک در عرصه مهندسی صنایع و مدیریت برداشته باشم

www.ketab.ir