

2051401



سیستم های اطلاعاتی مدیریت پیشرفته

مولفین:

مهران روحانی کهریزی

مدرس دانشگاه، پژوهشگر حوزه مدیریت و کارشناس بانک مرکزی ایران

دکتر رضا احدی نژاد

مدرس دانشگاه، پژوهشگر حوزه مدیریت و بازاریابی

دکتر هادی کمرئی

مدرس دانشگاه، پژوهشگر حوزه مدیریت بازاریابی و ارتباطات

سرشناسه	: روحانی کهریزی، مهران، ۱۳۵۰-
عنوان و نام پدیدآور	: سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت پیشرفته/ مولفین مهران روحانی کهریزی، رضا احدی نژاد، هادی کمرئی.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات شریفزاده، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۲۰ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۲۰۰۰۰۰ ریال: 978-622-6620-39-0
وضعیت فهرست نویسی	: فپا
موضوع	: نظام‌های اطلاعاتی مدیریت
موضوع	: Management information systems
موضوع	: تجزیه و تحلیل سیستم‌ها
موضوع	: System analysis
شناسه افزوده	: احدی نژاد، رضا، ۱۳۵۶-
شناسه افزوده	: Ahadinejad, Reza
شناسه افزوده	: کمرئی، هادی، ۱۳۴۵-
رده بندی کنگره	: T۵۸/۶
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۰۳۸۰۱۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۷۹۳۵۴۰



انتشارات شریفزاده

نام کتاب	: سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت پیشرفته
تالیف:	: مهران روحانی کهریزی - رضا احدی نژاد - هادی کمرئی
ناشر:	: شریفزاده
سال انتشار	: چاپ اول - ۱۳۹۸
شمارگان	: ۱۰۰۰
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۲۰-۳۹-۰
قیمت	: ۳۰۰۰۰ تومان

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

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

با توجه به ارزش روزافزون اطلاعات، تجهیز مدیریت به یک سیستم اطلاعات صحیح و مطمئن که توانایی مدیریت را در اتخاذ تصمیمها در مورد برنامه ریزی، سازماندهی و کنترل ارتقاء بخشد، به یک ضرورت اساسی عصر ما تبدیل شده است. این پژوهش سعی بر ارائه مدل یکپارچه برای ارزیابی سیستم اطلاعات در بخش های دولتی داشته، تا نتیجه آن در طراحی و انتخاب یک سیستم جامع اطلاعات برای مدیریتهای مختلف این حوزه، مورد استفاده قرار گیرد. رشد روزافزون وسعت و پیچیدگی در اکثر سازمانها سبب شده است که مدیران روز به روز از دایره عملیات دورتر شوند و این امر نیاز آنها به اطلاعات در مورد تغییراتی که در سازمان رخ می دهد را بیشتر میکند و به طبع آن، اهمیت و رشد روزافزون کاربردهای نظام های اطلاعاتی مدیریت در زمینه های برنامه ریزی و تصمیم گیری دیده می شود. با وجود این که در میان اهداف و وظائف مدیریت، برنامه ریزی بنیادی ترین آنهاست و مانند پل زمان حال را به آینده مرتبط می سازد در کشورهای در حال توسعه عدم وجود اطلاعات اساسی در حوزه های مختلف و نارسایی آمار و ارقام موجب بروز مشکلاتی در برنامه ریزی کیفی و کمی میشود، نارسایی آمار و اطلاعات تا آنجا شدت میگیرد که برنامه ریزی با ساده ترین مدلها با دشواری روبرو میشود بنابراین مطالب سیستم های اطلاعاتی مدیریت اهمیت پیدا میکند.

روحانی / عیدی نژاد / کمرئی

فهرست مطالب

فصل ۱.....	۱۵
مفاهیم پایه ای سیستم های اطلاعاتی.....	۱۵
مقدمه.....	۱۵
سیستم اطلاعات مدیریت.....	۱۶
مولفه های فیزیکی سیستم اطلاعات مدیریت.....	۲۰
عوامل تاثیر گذار بر مسائل کلیدی سیستم های اطلاعاتی.....	۲۰
اهمیت و ضرورت امکان سنج.....	۲۵
فن آوری اطلاعات.....	۲۶
مقایسه انواع سیستم های اطلاعاتی.....	۲۷
الف) سیستم های پردازش تراکنش.....	۲۷
ب) سیستم های اطلاعات مدیریت.....	۲۸
ج) سیستم های پشتیبانی تصمیم.....	۲۹
تصمیم گیری.....	۳۱
فرایند تصمیم گیری.....	۳۱
انواع تصمیم گیری.....	۳۲
الگوهای تصمیم گیری.....	۳۳
سبکها و محیطهای تصمیم گیری.....	۳۳
اطلاعات و تصمیم گیری.....	۳۴
تصمیم گیری و سیستمهای اطلاعات مدیریت.....	۳۵
ویژگیهای اطلاعات راهبردی.....	۳۵
انواع سیستمهای اطلاعاتی.....	۳۵
متغیر فرهنگی.....	۳۹
متغیر فناورانه.....	۳۹
متغیر راهبردهای جهانی کسب و کار.....	۳۹

۳۹	متغیر سطح پیشرفت اقتصادی.....
۴۰	متغیرهای مفهومی سازمانی.....
۴۰	متغیر بخش صنعت.....
۴۱	متغیر راهبردهای سازمان و فناوری اطلاعات.....
۴۱	متغیر نوع سازمان.....
۴۱	متغیر اندازه سازمان.....
۴۱	متغیر ساختار فناوری اطلاعات.....
۴۱	متغیر سطح با فناوری اطلاعات در سازمان.....
۴۳	فصل ۲.....
۴۳	ساختار سازمانی و سیستم های اطلاعاتی مدیریت.....
۴۳	مقدمه.....
۴۴	پیشگیری.....
۴۵	رسمیت.....
۴۶	تمرکز.....
۴۷	ابعاد ساختاری و بهره وری.....
۴۸	مفهوم سازی ساختار سازمانی.....
۴۹	تکامل ساختاری.....
۵۱	توسعه ابعاد ساختاری برای سازمان های مبتنی بر دانش.....
۵۱	روابط مبتنی بر اعتماد.....
۵۱	روابط مبتنی بر تعامل با محیط.....
۵۱	رابطه عاطفی فراگیر.....
۵۲	ساختار غیررسمی.....
۵۳	طراحی ساختار سازمانی.....
۵۴	ساختار سنتی.....
۵۶	ساختارهای جدید سازمانی.....

۵۶	شبکه ای
۵۷	ستاره ای شکل یا خوشه ستاره ای
۵۸	تار عنکبوتی
۵۸	پارندی
۵۹	مجازی
۶۰	سازمان تخیلی
۶۱	خوشه ای
۶۱	فرایند محور
۶۳	میتنی بر دانش
۶۴	سیستمهای اطلاعاتی
۶۵	سیستم های اطلاعاتی و رایانه ها
۶۷	تلاش اولیه برای سیستم های اطلاعات مدیریت
۶۷	اجزاء سیستم های اطلاعات مدیریت
۶۸	مدلی از سیستم های اطلاعات مدیریت
۶۹	ایجاد سیستم های اطلاعات مدیریت
۷۰	مسئولیت مدیریت در مورد سیستم های اطلاعات مدیریت
۷۰	نقش های سیستم های اطلاعاتی مدیریت
۷۲	هدف سیستمهای اطلاعاتی مدیریت
۷۲	زیرمجموعه های سیستم سیستم های اطلاعات مدیریت
۷۳	تاثیر تغییرات سیستم اطلاعات مدیریت
۷۴	اجرای سیستم های اطلاعات مدیریت کاربر پسند
۷۶	روش جدید برنامه ریزی راهبردی سیستمهای اطلاعات مدیریت
۷۶	مراحل اجرایی سیستمهای اطلاعات مدیریت
۷۸	۲۶-۲ معیارها و ضوابط انتخاب روش برنامه ریزی
۷۹	فصل ۳

۷۹	برنامه ریزی سیستم های اطلاعاتی استراتژیک
۸۰	مقدمه:
۸۰	همراستایی استراتژیک:
۸۲	هدف از برنامه ریزی سیستم های اطلاعاتی استراتژیک
۸۵	برنامه ریزی استراتژیک تجاری:
۸۶	ارزیابی سیستم های اطلاعاتی:
۸۷	دیدگاه سیستم های اطلاعاتی:
۸۸	عوامل بحرانی کیفیت:
۸۹	شیکه تاثیر استراتژیک:
۹۱	بخش پشتیبانی:
۹۱	بخش کارخانه:
۹۱	بخش برگشت:
۹۲	بخش استراتژیک:
۹۲	دستورالعمل های سیستم های اطلاعاتی:
۹۲	چرا گسترش دستورالعمل سیستم های اطلاعاتی؟
۹۳	شناخت مسئولیت ها:
۹۳	پشتیبانی از تصمیمات مربوط به آینده:
۹۳	دستورالعمل های فنی و سازمانی:
۹۴	دستورالعمل های فنی سیستم های اطلاعاتی:
۹۴	دستورالعمل های سازمانی سیستم های اطلاعاتی:
۹۴	SWOT سیستم های اطلاعاتی:
۹۶	طبقه بندی خدمات آن لاین:
۹۷	شناسایی خدمات آن لاین:
۹۷	طبقه بندی خدمات آن لاین:
۹۸	جمع آوری داده ها:

۹۸	طبقه بندی نتایج.....
۹۹	ویژگی های هر گروه.....
۱۰۲	سوالات مطالعاتی:.....
۱۰۳	فصل ۴.....
۱۰۳	ارزش آفرینی با سیستم های اطلاعاتی.....
۱۰۳	مقدمه.....
۱۰۳	نمونه های سنتی و خلاق ارزش.....
۱۰۴	تحلیل صنعت.....
۱۰۴	شیروی رقابتی.....
۱۰۷	زنجیره ارزش.....
۱۰۸	فعالیت های اولیه:.....
۱۰۹	فعالیت های پشتیبانی:.....
۱۱۰	تحلیل زنجیره ارزش و نقش سیستم های اطلاعاتی.....
۱۱۰	شبکه ارزش.....
۱۱۱	سخنی از احتیاط (هشدار).....
۱۱۱	چرخه عمر خدمت به مشتری (CSLC).....
۱۱۲	چهار دوره.....
۱۱۳	مرحله اول: نیاز.....
۱۱۳	مرحله ۲: مشخص کردن.....
۱۱۳	مرحله ۳: انتخاب منبع.....
۱۱۴	مرحله ۴: سفارش دادن.....
۱۱۴	مرحله ۵: مجاز کردن جهت پرداخت وجه سفارشها.....
۱۱۴	مرحله ۶: دریافت کالا.....
۱۱۵	مرحله ۷: ارزیابی و پذیرفتن.....
۱۱۵	مرحله ۸: تلفیق و ترکیب.....

۱۱۶	مرحله ۹ کنترل، استفاده و عمل
۱۱۶	مرحله ۱۰: به روز کردن و بهبود امکانات
۱۱۶	مرحله ۱۱: نگهداری
۱۱۷	مرحله ۱۲: انتقال یا چیدمان
۱۱۷	مرحله ۱۳: پرداخت وجه
۱۱۸	مدلهای سنتی نه مدلهای قدیمی
۱۱۸	پیدایش ساختارها
۱۱۹	زنجیره ارزش مجاز
۱۲۰	سه نوع از راهبردهای استراتژیک
۱۲۱	قابلیت دیدن
۱۲۱	انعکاس توانایی ها
۱۲۲	ارزش دیجیتال جدید
۱۲۲	ماتریس ارزش
۱۲۳	ارزش آفرینی با داده های مشتری
۱۲۳	تجزیه و تحلیل موضوع ارزش
۱۲۴	خرید مجدد و سفارشی سازی ابعاد تصمیم گیری
۱۲۵	میزان سفارشی سازی
۱۲۵	استراتژیهای کلی اطلاعات مشتریان
۱۲۵	استراتژی شخصی سازی
۱۲۶	استراتژی پاداش
۱۲۶	استراتژی کسب
۱۲۷	بدون پتانسیل
۱۲۹	فصل ۵
۱۲۹	تجارت الکترونیک
۱۳۰	مطالعه موردی: تلاش برای ایجاد تمایز و سود در EpicTrip.com

۱۳۲	مقدمه
۱۳۲	واژگان تجارت
۱۳۲	تجارت و خرید و فروش الکترونیک
۱۳۳	توانمند سازها
۱۳۳	تامین تجهیزات محاسباتی
۱۳۴	دسترسی به اینترنت
۱۳۴	سهولت استفاده
۱۳۴	استانداردهای رایگان
۱۳۴	گروه بندی آغازگران تجارت الکترونیک
۱۳۴	طبقه بندی مبادله از روی نوع معامله
۱۳۴	(B2C) - (کسب و کار با مصرف کننده)
۱۳۵	B2B (کسب و کار با کسب و کار)
۱۳۵	(C2C) (مصرف کننده با مصرف کننده)
۱۳۶	(C2B) (مصرف کننده با کسب و کار)
۱۳۶	دولت الکترونیک
۱۳۶	طبقه بندی مبادلات بر اساس ساختارهای شرکتی
۱۳۶	Bricks and Mortar
۱۳۷	(Bricks and clicks) یا (clicks and Mortar)
۱۳۷	Pure play
۱۳۷	تجلی تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیک
۱۳۷	مدلهای تجاری: تعریف
۱۳۸	مدلهای درآمدی
۱۳۸	پرداخت برای خدمات
۱۳۹	اشتراک
۱۳۹	پشتیبانی تبلیغاتی

۱۳۹	مدل وابسته
۱۳۹	مدلهای کسب و کاری غالب
۱۴۰	خرده قروشی آنلاین
۱۴۰	واسطه های اطلاعاتی
۱۴۰	فراهم آوردندگان محتوا
۱۴۱	اجتماعات آنلاین
۱۴۱	فراهم آوردندگان زیرساخت ها
۱۴۱	کاربردهای تجارت الکترونیکی
۱۴۲	قطع واسطه
۱۴۲	واسطه مجدد
۱۴۲	تبادلات (بورسها)
۱۴۳	کارآیی بازار
۱۴۳	تعارض کانال
۱۴۴	تجارت الکترونیک و گرایشهای کاری
۱۴۴	ابداعات تکنولوژی
۱۴۴	ویکی
۱۴۵	بلاگ ها
۱۴۵	تگ ها
۱۴۶	نوآوری های تجاری
۱۴۶	تجارت جهانی و فراگیر
۱۴۷	خلاصه
۱۴۸	سوالات
۱۴۹	فصل ۶
۱۴۹	هوش تجاری
۱۵۰	هوش کسب و کار و فوایدش

۱۵۵	BI و مدیریت عملکرد شرکت
۱۵۸	BI و مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
۱۶۰	BI و مدیریت زنجیره تامین (SCM)
۱۶۲	دیدگاه رهبری در مورد بهبود سود هوش تجاری مدار
۱۶۲	تغییر فرهنگ بکارگیری اطلاعات
۱۶۳	سه مرحله تغییر فرهنگی هوش تجاری مدار
۱۶۵	مراحل بلوغ پیشرفت هوش تجاری
۱۷۳	طرح برنامه برای بهبود سود هوش تجاری مدار
۱۷۵	عنصر اول: استراتژی تجاری برای سیر و نفوذ هوش تجاری
۱۷۵	عنصر دوم: برنامه توسعه قابلیت های اصلی هوش تجاری
۱۸۲	خلاصه: طرح برنامه بهبود سود هوش تجاری مدار
۱۸۴	سازمان پژوهشی
۱۸۵	فصل ۷
۱۸۵	داشبوردهای مدیریتی
۱۸۵	چرا داشبورد این چنین معروف شد؟
۱۸۵	مزایای داشبورد:
۱۸۹	انواع داشبورد
۱۹۱	داشبوردهای استراتژیک
۱۹۱	داشبوردهای تاکتیکی
۱۹۱	داشبوردهای عملیاتی
۱۹۵	فصل ۸
۱۹۵	هوش استراتژیک
۱۹۵	مقدمه
۱۹۶	تعاریف هوش استراتژیک
۱۹۸	گرایش های داخلی و گرایش های خارجی

- ۱۹۹..... گرایشات کنونی آینده و تاریخی:
- ۲۰۰..... داده های خام و اطلاعات فیلتر شده و پالایش یافته
- ۲۰۰..... سیستم های رسمی و غیر رسمی
- ۲۰۱..... هوش منسجم و غیر منسجم
- ۲۰۲..... بررسی شخصی مدیران و پشتیبانی ویژه اطلاعات
- ۲۰۲..... مطالعات علمی در مورد کاربرد هوش رقابتی
- ۲۰۵..... مورد مطالعاتی: بیمه بنا
- ۲۰۷..... کمبود فیلتر کردن، پالایش کردن و معنادار کردن هوش سازمانی:
- ۲۰۸..... راه حل ها
- ۲۰۸..... بررسی هوش گسترده ی سازمانی
- ۲۰۹..... مرور هوش ساختار یافته، یک سیستم کلی رادار
- ۲۰۹..... روش مرور کردن:
- ۲۱۰..... استفاده از گروه های سوم برای انجام جمع آوری هوش
- ۲۱۰..... فیلتر کردن و پالایش غنی شده با دانش و آگاهی
- ۲۱۰..... کارکنان دانشی و پشتیبانی متخصصین هوش
- ۲۱۱..... پیاده سازی
- ۲۱۲..... الف) منابع فارسی: