

مدیریت استراتژیک هنر

لیدیا واربانوا

www.ketab.ir

ترجمه

دکتر سید محمد اعرابی و دکتر فهیمه ملا احمدی

Lidia, Varbanova

واریتوا، لیدی
مدیریت استراتژیک هنر / لیدی واریتوا؛ ترجمه سید محمد اعرابی، فهیمه ملاحمدی . - تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۴۰۰.
۳۸۸ ص. - (فرهنگ و مدیریت؛ ۱۸۳)

ISBN: 978-964-379-538-2

Strategic management in the arts, c2013.

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیفا
عنوان اصلی:
۱. هنرها - مدیریت. ۲. برنامه ریزی راهبردی. الف. اعرابی، سید محمد، ۱۳۳۰ - ، مترجم. ب. ملاحمدی، فهیمه، ۱۳۶۶ - ، مترجم. ج. دفتر پژوهشهای فرهنگی. د. عنوان.
۷۰۰/۶۸ NX ۷۶۰

۸۴۵۴۲۵۹

کتابخانه ملی ایران

ISBN:978-964-379-538-2

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۳۷۹-۵۳۸-۲

• مدیریت استراتژیک هنر

منوشته لیدی واریتوا

• ترجمه دکتر سید محمد اعرابی و دکتر فهیمه ملاحمدی

• Strategic Management in the Arts

• Lidia Varbanova

• Translated by S.M. A'arabi (Ph.D.) & F. Mollaahmadi (Ph.D.)

• ویراستار: هایده هادوی

• طراح جلد و صفحه آرا: شهره خوری

• شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه • چاپ اول: ۱۴۰۰

همه حقوق محفوظ است. هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر شکل بدون اجازه کتبی دفتر پژوهشهای فرهنگی ممنوع است.



دفتر پژوهشهای فرهنگی

مراکز اصلی پخش و فروش:

• دفتر و فروشگاه مرکزی: تهران، خیابان کریم خان زند، خیابان ایرانشهر شمالی، کوچه باقری قصرالدشتی، شماره ۵.

کدپستی: ۱۵۸۴۷۴۷۹۱۳

صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۴۶۹۱

تلفن: ۸۸۲۱۳۶۴

تلفن های فروش: ۸۸۴۹۴۶۱، ۰۹۳۵۲۴۷۹۸۴۷

پست الکترونیک: lahze1386@gmail.com فروش الکترونیک: www.iranculturalstudies.com

• پخش مرکزی: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، نبش خیابان شهید وحید نظری، شماره ۲۵۵.

تلفن: ۶۶۹۵۰۱۴۶

تلفن: ۰۹۱۲۲۱۷۷۶۴۷، ۶۶۴۱۷۵۳۲

فهرست مطالب

پیشگفتار

۱۱

فصل ۱. نوآوری و کارآفرینی در هنر: یک رویکرد استراتژیک

۱۳

۱. انواع سازمان‌ها در بخش فرهنگ و هنر

۱۵

۲. سازمان هنری: منابع، فرایند و خروجی

۲۱

۳. نوآوری در هنر: طبقه‌بندی نوآوری

۲۷

۴. مدیران هنری: مشخصات و کارکردها

۳۶

۵. کارآفرینی در هنر

۳۸

۶. سازمان هنری کارآفرینانه درون‌سازمانی: ویژگی‌های اصلی

۴۶

۷. فرایند کارآفرینانه درون‌سازمانی در یک سازمان هنری

۴۹

فصل ۲. مدیریت استراتژیک: ماهیت، نقش و مراحل

۵۳

۱. مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک: توسعه تاریخی

۵۴

۲. مدیریت استراتژیک به‌عنوان فرایند مدیریت تغییرات در سازمان‌های هنری

۶۱

۳. مراحل فرایند مدیریت استراتژیک

۶۴

۴. دلایل مدیریت استراتژیک در هنر

۷۲

۵. چرا مدیریت استراتژیک برای سازمان‌های هنری خاص است؟

۷۳

- ۷۶ ۶. علل مقاومت برای اجرای مدیریت استراتژیک در هنر
۷۷ ۷. اصطلاحات کلیدی در مدیریت استراتژیک

۸۱ فصل ۳. فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک، روش‌ها و انواع برنامه‌ها

- ۸۲ ۱. برنامه‌ریزی استراتژیک: مرور کلی
۸۵ ۲. اصول اساسی برنامه‌ریزی استراتژیک در هنر
۸۷ ۳. آماده‌سازی برای برنامه‌ریزی استراتژیک
۸۹ ۴. رویکردها و روش‌های برنامه‌ریزی استراتژیک: عامل انسانی
۹۵ ۵. برنامه: مرور کلی
۹۶ ۶. انواع برنامه‌ها
۱۰۰ ۷. برنامه‌ها و پروژه‌ها در هنر
۱۰۴ ۸. منطق و ساختار برنامه استراتژیک

۱۱۳ فصل ۴. تفکر استراتژیک: مأموریت، چشم‌انداز و اهداف

- ۱۱۴ ۱. اهمیت هویت سازمانی
۱۱۷ ۲. مأموریت، چشم‌انداز و ارزش‌های سازمانی
۱۲۷ ۳. نام، آرم و شعار سازمانی
۱۲۹ ۴. اهداف: چارچوب سه‌بعدی
۱۳۴ ۵. چگونه اهداف اسمارت (هوشمندانه) تعیین کنیم

۱۳۹ فصل ۵. تجزیه و تحلیل استراتژیک: سازمان هنری و محیط آن

- ۱۴۰ ۱. تجزیه و تحلیل استراتژیک: مرور کلی
۱۴۲ ۲. درک و تجزیه و تحلیل محیط خارجی کلان
۱۵۰ ۳. سیاست فرهنگی به عنوان عنصری از محیط خارجی
۱۵۵ ۴. درک و تجزیه و تحلیل محیط خارجی خرد: تجزیه و تحلیل صنعت و بازار
۱۶۵ ۵. درک و تجزیه و تحلیل محیط داخلی
۱۷۰ ۶. آماده‌سازی برای تعیین استراتژی: عوامل کلیدی موفقیت

۱۷۵ فصل ۶. انتخاب استراتژی‌ها

- ۱۷۶ ۱. استراتژی چیست و چرا استراتژی برای هنر حائز اهمیت است؟

پیشگفتار

افزایش بهره‌وری پایدار، افزایش خلاقیت و نوآوری و افزایش کیفیت زندگی، سه هدف عام و به هم پیوسته رشته مدیریت است. فصل اول این کتاب تحت عنوان «نوآوری و کارآفرینی در هنر: یک رویکرد استراتژیک» به هدف خاص نوآوری در فرایندها و محصولات در سازمان‌های هنری اختصاص یافته است.

الگوی اصلی در مدیریت دارای سه حلقه کاملاً مرتبط به یکدیگر است. مدیران با استفاده از منابع مدیریت (حلقه اول) و از طریق ابزارهای مدیریت (حلقه دوم) برای دستیابی به اهداف سه‌گانه فوق (حلقه سوم) تلاش می‌کنند. نتیجه تفکر فرایندی به مدیریت (حلقه دوم) شامل سه وظیفه به هم پیوسته برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل می‌شود. نتیجه ترکیب تفکر فرایندی و تفکر استراتژیک در مدیریت موجب به وجود آمدن دو سطح به هم پیوسته مدیریت استراتژیک (شامل: برنامه‌ریزی استراتژیک، اجرای استراتژیک و کنترل استراتژیک) و مدیریت عملیاتی (شامل: برنامه‌ریزی عملیاتی، اجرای عملیاتی و کنترل عملیاتی) خواهد شد. ماهیت، نقش و مراحل مدیریت استراتژیک در فصل دوم تشریح می‌شود.

فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک شامل دو بخش تعیین مقصد مطلوب (شامل: مأموریت، چشم‌انداز، ارزش‌ها و اهداف استراتژیک) و مسیر مطلوب (شامل: جمع‌آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل آن و انتخاب استراتژی) است. این فرایند در فصل سوم تشریح می‌شود. فصل چهارم به تعیین مقصد مطلوب و فصل‌های ۵ و ۶ به مسیر مطلوب اختصاص یافته است. اجرای استراتژیک و اجرای استراتژی، با انتخاب کارکردهای مهم سازمان‌های هنری مانند بازاریابی (فصل ۷)، منابع انسانی (فصل ۸)، تکنولوژی (فصل ۹) و منابع مالی (فصل ۱۰) به تفصیل تشریح می‌شود.

در فصل ۱۱ به سومین وظیفه مدیریت یعنی کنترل پرداخته می‌شود.