



هوش اسرارنازیک: ابزار مفهومی برای رهبری تغییر

دولف

مایکل مک کوپی

مترجمان:

دکتر حسن مروتی (استاد دانشگاه تهران)

وحید زارع (موسسه تحقیقات واکسن و سرم سازی)

امیر محمد عبادی فر (موسسه تحقیقات واکسن و سرم سازی)

شناسنامه	:	مکابی، مایکل، ۱۹۳۳-م.
عنوان و نام پدیدآور	:	Maccoby, Michael, ۱۹۳۳- هوش استراتژیک: ابزار مفهومی برای رهبری تغییر/ مولف مایکل مککوبی؛ مترجم حسن مروتی، وحید زارع، امیرمحمد عبادی فر؛ ویراستار ادبی بهزاد اتونی؛ ویراستار علمی معصومه مهرابی.
مشخصات نشر	:	بروجرد: دانشگاه آیت الله العظمی بروجردی (ره)، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	:	۲۱۱ص.
شابک	:	978-622-96510-1-8: ۲۵۰,۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	:	فبا
یادداشت	:	عنوان اصلی: Strategic intelligence : conceptual tools for leading change, 2015.
عنوان دیگر	:	ابزار مفهومی برای رهبری تغییر.
موضوع	:	تحول سازمانی -- مدیریت
موضوع	:	Organizational change -- Management
موضوع	:	رهبری
موضوع	:	Leadership
موضوع	:	یادگیری سازمانی
موضوع	:	Organizational learning
موضوع	:	برنامهریزی راهبردی
موضوع	:	Strategic planning
شناسه افزوده	:	مروتی، حسن، ۱۳۴۵-، مترجم
شناسه افزوده	:	زارع، وحید، ۱۳۵۸-، مترجم
شناسه افزوده	:	عبادی فر، امیر محمد، ۱۳۵۸-، مترجم
شناسه افزوده	:	مهرابی، معصومه، ۱۳۴۰-، ویراستار
شناسه افزوده	:	دانشگاه آیت الله العظمی بروجردی (ره)
رده بندی کنگره	:	۵۸HD/۸
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۴۰۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۶۴۴۶۹۲۳

نام کتاب "هوش استراتژیک، اندامی برای رهبری تغییر"



مؤلف	مایکل مک کوبی
مترجمین	دکتر حسن مروتی (استاد دانشگاه تهران) وحید زارع (موسسه تحقیقات واکسن و سرم سازی) امیر محمد عبادی فر (موسسه تحقیقات واکسن و سرم سازی)
ناشر	دانشگاه آیت الله العظمی بروجردی (ره)
ویراستار ادبی	بهزاد اتونی
ویراستار علمی	معصومه مهرابی
صفحه آرا	آویژه
نوبت چاپ	اول - تابستان ۱۳۹۹
چاپ و صحافی	آویژه
تیراژ	۱۰۰۰ نسخه
قیمت	۲۵۰,۰۰۰ ریال
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۹۶۵۱۰-۱-۸

مسئولیت صحت مطالب بر عهده نویسندگان می باشد.

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

جهان در حال حاضر به سوی رقابت شدیدی که در آن تقاضا از طریق عرضه کسب و کار از بین رفته، متمایل گردیده است. شناخت بهتر از رقابت و نیروهای سازمان که بر موفقیت آن تأثیر می‌گذارد، برای زنده ماندن در چنین شرایط رقابتی، مهم می‌باشد. سازمان‌ها باید بدانند که چگونه ساختار رقابتی خود را حفظ کنند؛ و چگونه به تغییرات در داخل و خارج از صنایع خود واکنش نشان دهند. سازمان‌ها بایستی فرآیندی را برای تبدیل اطلاعات به هوش عملیاتی، که از آن تصمیمات استراتژیک و تاکتیکی حاصل می‌شود، داشته باشد. جمع‌آوری اطلاعات و تبدیل این داده‌های خام یکی از ویژگی‌های اساسی کسب و کار می‌باشد. تصمیم‌گیری خوب مستلزم آن است که مدیران در مورد محیط اطراف و آثار آن بر عملکرد سازمان‌های خود آگاه باشند. برخی از دانشمندان علوم مدیریت معتقدند که فرمول‌بندی استراتژی به‌شدت با تجزیه و تحلیل تکرار احتمالی محیط کسب و کار در ارتباط است. آن‌ها تأکید می‌کنند که این امر از اهمیت خاصی برخوردار است باید به‌سرعت فرصت‌ها و تهدیدها را شناسایی کنیم تا روند توسعه مقابله با آن‌ها به طور مناسب شکل گیرد. با این حال، آنچه موجب چالش شده، این محیط تجاری است که با تغییر مداوم مشخص می‌شود. این تغییرات به‌شدت در مناطقی که یک سازمان در آن کنش می‌نماید، روی می‌دهد. مانند مقررات دولتی، حرکت رقیب، اقتصاد کلان و روند جمعیتی. اگر چه یک سازمان بتواند کنترل این متغیرها را ندارد، اما بر نحوه انجام کسب و کار در آینده تأثیرگذار است. بنابراین آنچه اهمیت است نظارت و توجه اهمیت با این متغیرها در انجام تصمیم‌گیری‌ها است.

جهان پیرامون ما در برگزیده اطلاعات همراه با بی‌نهایت می‌باشد. این اطلاعات اساساً در ذهن ما وجود ندارند و در اغلب موارد با ادراک متعارف متناسب ندارند یا با هر تجربه و یا زمینه‌های فعالیت ما تطابق ندارند. بنابراین می‌توان گفت که ما همواره در معرض تغییرات قرار می‌گیریم تغییر و تحول داده‌های خام به داده‌های استراتژیک اگر چه به صورت ویژه کوتاه و مختصر است اما از سرعت بالایی برخوردار بوده که همگی به‌روز و معتبر هستند. و تأثیر عمیقی بر روی تحولات تجاری و اجتماعی دارند. هوشمندی استراتژیک یک رشته جدید در زمینه مشاوره تجاری است که هدف آن رسیدگی به تحولات، پیچیده و بفرج تحولات به شکل قابل درک و فهم است. در مطالب مربوط هوشمندی استراتژیک عبارت است از: جمع‌آوری، پردازش، آنالیز و توزیع اطلاعاتی که دارای اهمیت بالایی در روش‌های استراتژیک می‌باشد. در شکل خاص، هوشمندی استراتژیک عمدتاً مربوط به طرح‌های نظامی، امنیت ملی و همچنین اتخاذ تصمیمات مهم در شرکت‌های بزرگ است. این روش استفاده از اندیشه‌های مرتبط با تجارت، امنیت کشور و هوشمندی نظامی است. استراتژی‌های تجاری، منابع یابی، رقابت، مشاهده و آنالیز داده‌های استراتژیک و مدیریت استراتژیک، مشاوره و توسعه طرح‌ها را دربر می‌گیرد. به عبارت دیگر هوشمندی استراتژیک را نباید صرفاً یک روش نظامی، امنیتی یا تجاری دانست بلکه روشی کلی در جهت مدیریت دانش است.

هوش استراتژیک برای اطلاعات دقیق و صحیح، سر بزنگاه را افراد مناسب را انتخاب می‌کند، به طوری که این افراد قادر به تصمیم‌گیری آگاهانه کسب و کار در مورد وضعیت و آینده کسب و کار خود می‌باشند. هوش استراتژیک را می‌توان به عنوان، آنچه که یک سازمان باید از محیط کسب و کار خود بداند تا بتواند درک

صحیحی نسبت به فرآیندهای فعلی خود به دست آورده، تغییرات آینده را پیش‌بینی و مدیریت نموده و برای ایجاد ارزش برای مشتری و رشد سودآوری در بازارهای فعلی و بازارهای جدید، استراتژی‌های مناسب اتخاذ نماید، تعریف کرد.

مدیریت با هوش استراتژیک منجر به بهبود قابل توجه در کنترل، وضوح، ارتباطات و بهبود سودآوری، کاهش هزینه‌ها و شهرت سازمان می‌گردد که تحت عنوان یک شریک تجاری پاسخگو، مسئول و قابل اعتماد مورد توجه قرار می‌گیرد.

مبانی هوش استراتژیک می‌تواند در عملیاتی کردن اهداف کلان وزارتخانه‌ها و حفظ مزیت رقابتی و همچنین بهبود تصمیمات استراتژیک نقش بسزایی ایفاء نماید. بنابراین مدیران کشوری و لشگری ایران در همه رده‌ها باید از داده‌ها و اطلاعات که هوش استراتژیک در اختیارشان قرار می‌دهد در جهت تحقق اهداف سیاست‌های ابلاغی نظام، بهره‌گیرند.

اساتید و محققان دانشگاه‌ها در سطح جهان، در سال‌های اخیر کتاب‌ها و مقالاتی در زمینه هوش استراتژیک و اهمیت آن در سازمان‌ها به چاپ رسانده‌اند. در کشور ما نیز کتاب‌های محدودی در زمینه هوش استراتژیک به صورت ترجمه و تألیفی وجود دارد. اکنون هوش استراتژیک از جایگاه علمی مناسبی در تصمیمات کلان ملی و بین‌المللی برخوردار گردیده است.

کتاب مذکور که در نه فصل تدوین شده، اگرین ترجمه شده است. فصل اول به کلیات یادگیری از طریق تمرین نگاهی اجمالی دارد در فصل دوم به مبانی هوش استراتژیک؛ در فصل سوم به مبحث رهبری برای تغییر؛ در فصل چهارم به فلسفه رهبری؛ ابزاری ضروری برای تغییر؛ در فصل پنجم تغییر بینش (دیدن)؛ در فصل ششم به درک ویژگی‌های شخصیتی رهبران، پیرایه رهبری؛ در فصل هفتم به انگیزه هوشمندانه برای تغییر؛ در فصل هشتم به گفتگو با دمیستیک و در فصل نهم به آغاز فعالیت با توجه به نظریه‌های آکوف، دمیستیک و فروم پرداخته است.

امید است ترجمه کتاب مذکور مورد توجه استادان، صاحب‌نظران، محققان، مدیران (ارشد، میانی و عملیاتی) سازمان‌ها و دانشجویان گرایش‌های مختلف رشته مدیریت قرار گیرد. در پایان پیشبرد اهداف آموزشی مدنظر اثرگذار باشد. همچنین از همه خوانندگان عزیز و محترم استعذای داریم، نویسندگان، اشکالات و یا پیشنهادهای خود را با ناشر محترم در میان گذارند و ما را از نظرهای ارزنده خویش آگاه سازند.

و من الله التوفیق

فهرست مطالب

۱	پیشگفتار مترجمین
ث	سپاسگزاری
ج	پیشگفتار
خ	دانش برای تغییر
ز	طرح کتاب
س	منابع
۱	فصل اول: مقدمه: یادگیری از طریق تمرین
۴	پروژه بولیوار
۴	عامل تغییر
۶	اتحادیه‌ها و تغییر
۹	انتقال کار عالی
۱۱	رهبری برای تغییر، تحقیق، تعلیم و تدریس
۱۵	شخصیت و رهبری
۱۶	تغییر در سازمان‌های مرئی بهداشت
۱۷	تحول در تغییر
۱۸	منابع
۲۱	فصل دوم: هوش استراتژیک
۲۵	عناصر هوش استراتژیک
۲۵	آینده‌نگری
۲۶	سؤالات خارجی برای سازمان
۲۷	سؤالاتی که برای افراد داخل سازمان مطرح است
۲۷	رهبران برای توسعه آینده‌نگری می‌توانند:
۲۷	طراحی چشم انداز ایده‌آل برای سازمان
۲۸	پرسش در مورد چشم‌انداز
۲۸	مشارکت (همکاری)
۳۰	سؤالات داخلی سازمان در رابطه با مشارکت
۳۰	سؤالات خارجی سازمان در رابطه با مشارکت
۳۰	ایجاد تعهد و انگیزه
۳۲	سؤالاتی در رابطه با به‌کارگیری و ایجاد انگیزه
۳۲	فلسفه رهبری
۳۲	دانش عمیق
۳۳	درک سیستم
۳۴	درک تغییرات

۳۵	درک انگیزه
۳۵	درک خلق دانش
۳۷	اعمال هوش استراتژیک
۳۷	منابع
۳۹	فصل سوم: رهبری برای تغییر
۴۱	مفهوم رهبری
۴۲	تغییرات در سبک تولید
۴۴	تغییر رهبری در دانش کاری
۴۸	رفتار پیروان
۴۸	تغییر در رهبری
۵۱	سوالاتی درباره رهبری
۵۱	منابع
۵۳	فصل چهارم: فلسفه رهبری: انبساط تئوری برای تغییر
۵۵	روش IIP به عنوان فلسفه سازمانی
۵۶	حفظ فلسفه
۵۹	نوابس تروس بکوانس هرمنوس NPH (شرکتهای کوچک وابسته به ما به عنوان برادر و خواهر کوچکمان)
۶۰	فلسفه پدر ویلیام واسون برای NPH
۶۱	فلسفه سازمانی و پیشرفت انسانی
۶۳	طریقه رشد فلسفه رهبری برای یک سازمان
۶۳	مفهوم هدف
۶۵	ارزشهای کاربردی
۶۶	عملگرایی اصولی
۶۶	استدلال اخلاقی و رفتاری
۶۷	سطوح استدلال اخلاقی
۶۹	تعریف نتایج
۷۰	ابزاری برای حفظ فلسفه سازمانی
۷۲	فلسفه‌های رهبری و سازمانی
۷۳	سوالاتی در رابطه با فلسفه رهبری
۷۳	منابع
۷۵	فصل پنجم: تغییر بیش(دیدن)
۷۷	نظریه آکوف در مورد تحول سازمانی
۷۷	هنر و علم آکوف
۷۸	تفکر سیستمی
۷۹	طراحی ایده‌آل مدیر به عنوان معمار
۸۵	سیستم‌های استعاره‌ای
۸۷	برنامه‌ریزی تعاملی

۸۸	 ساختار آکوف
۸۹	 استفاده از پنج Ps برای طراحی ایده‌آل
۹۰	 منابع
۹۱	 فصل ششم: درک ویژگی‌های شخصیتی رهبران، پیروان و مشارکت‌کنندگان
۹۲	 درک مردم
۹۳	 علم شخصیت
۹۴	 هفت محرک ارزش
۱۰۰	 تفاوت‌های ژنتیکی در بیان گرایش‌ات
۱۰۱	 شخصیت اجتماعی بروکرات
۱۰۲	 شخصیت اجتماعی متعامل
۱۰۴	 شخصیت اجتماعی در مقابل نسل
۱۰۷	 شخصیت اجتماعی و فرهنگ ملی
۱۰۸	 نوع انگیزشی: پابست ما به برخی از افراد در فرهنگ‌مان
۱۱۱	 ارزش‌ها و حده‌یت‌های گونه‌های شخصیتی
۱۱۲	 سؤالاتی درباره گونه شخصیت شما
۱۱۲	 سؤالاتی درباره گونه‌های شخصی همکاری
۱۱۲	 هویت و فلسفه زندگی
۱۱۴	 آنچه که رهبران باید درباره هویت‌ها دانند
۱۱۵	 مدل‌های شخصیتی
۱۱۶	 جعبه ابزار شخصیتی
۱۱۷	 شخصیت و آزادی
۱۱۸	 منابع
۱۱۹	 فصل هفتم: انگیزه هوشمندانه برای تغییر
۱۲۰	 تئوری‌های انگیزه
۱۲۱	 تئوری‌های نرم
۱۲۴	 انگیزه هوشمندانه
۱۲۷	 رابطه رهبری
۱۲۹	 فرد عوام فریب - افراد خواستار پیروی از رهبری قدرت محور هستند
۱۳۰	 دکتر - افراد خواهان پیروی از رهبری که برای سود مشترک کار می‌کند، نیستند
۱۳۲	 دموکرات - افراد خواستار پیروی از رهبری هستند که برای سود مشترک کار می‌کند
۱۳۲	 رهبری با قلب و سر
۱۳۴	 نظم و ترتیب قلب
۱۳۶	 سؤالاتی از اشخاص در رابطه با انگیزه هوشمندانه
۱۳۶	 سؤالاتی از رهبران در رابطه انگیزه هوشمندانه
۱۳۷	 منابع
۱۳۹	 فصل هشتم: گفتگو با دمی‌نگ

۱۳۹	اقتصاد نوین
۱۴۰	ملاقات با دمینگ
۱۴۰	دستآورد دمینگ
۱۴۱	ایده آل دمینگ برای تحول
۱۴۶	دمینگ در مقابل اکوف
۱۴۷	نوآوری
۱۴۸	کمک‌ها به هوش استراتژیک
۱۴۹	جعبه ابزار مفهومی
۱۵۰	تغییر فرهنگ و شخصیت ملی
۱۵۳	فرهنگ سازمان‌های آموزشی
۱۵۴	منابع
۱۵۵	فصل نهم: آغاز فزاینده توجه به نظریه‌های اکوف، دمینگ و فروم
۱۵۸	منابع
۱۵۹	فصل دهم: ضمیمه: توسعه نقش استراتژیک برای تغییر رهبری
۱۶۰	تمرین A.1 فهرست هوش استراتژیک
۱۶۲	درک خود و دیگران
۱۶۵	تفسیر بررسی ویژگی شخصیتی رهبری مک‌گریگ
۱۶۵	ویژگی شخصیتی رهبری
۱۶۷	ویژگی شخصیتی رهبری دلسوز (نظریه مباحث جنسی فروید)
۱۶۸	ویژگی شخصیتی رهبری آینده‌نگر (نظریه خودپسندی فروید)
۱۶۹	ویژگی شخصیتی رهبری دقیق (نظریه وسواس فروید)
۱۷۱	ویژگی شخصیتی رهبری سازگار (نظریه بازاریابی فروم)
۱۷۳	ترکیبات انواع مختلف
۱۷۳	دلسوز - انواع رهبری ترکیب شده غالب
۱۷۵	آینده‌نگر - انواع رهبری ترکیب شده غالب
۱۷۷	دقیق - انواع رهبری ترکیب شده غالب
۱۷۹	سازگار - انواع رهبری ترکیب شده غالب
۱۸۱	نوع ترکیب شده و شخصیت اجتماعی
۱۸۴	ویژگی شخصیتی رهبری شما
۱۸۴	توسعه فلسفه رهبری
۱۸۵	تمرین A.2: نقش رهبری و فلسفه
۱۸۵	هدف تغییر - ساخت سازمان آموزشی
۱۸۷	منابع