

رهبری و مدیریت تغییر

نویسنده

دکتر انگنگ تانگ

مترجمین

دکتر نسا محمدی

مدرس دانشگاه و دکتری مدیریت بازاریابی

سارا محمدی

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی

سرشناسه	: تانگ، کنو تگانگ
عنوان و نام پدیدآور	: Tang, Keow Ngang
مشخصات نشر	: رهبری و مدیریت تغییر / نویسنده انگانگ تانگ؛ مترجمین نسا محمدی، سارا محمدی.
مشخصات ظاهری	: تهران: دانشگاه کارآفرین، ۱۳۹۹.
شابک	: ۹۷۸-۶۳۲-۶۹۸۹-۱۷-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: Leadership and change management , 2019.
موضوع	: تحول سازمانی
موضوع	: Organizational change
موضوع	: رهبری
موضوع	: Leadership
شناسه افزوده	: محمدی نسا، ۱۳۶۳ -، مترجم
رده بندی کنگره	: P50
رده بندی دیویی	: ۶۵۱.۰۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۷۲۴۱



رهبری و مدیریت تغییر

مترجمین: دکتر نسا محمدی - سارا محمدی

چاپ: اول - ۱۳۹۹

ناشر: دانشگاه کارآفرین

قیمت: ۳۵,۰۰۰ تومان

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

ویراستاران: نرگس سقازاده - عارفه داودی

تلفن انتشارات: ۰۲۱۸۸۴۵۵۲۴۶ - ۰۹۱۰۷۵۵۶۷۰۵

سفارش اینترنتی کتاب: www.enun.ir

پیشگفتار

در عصر حاضر سازمان‌ها به‌صورت فزاینده‌ای با محیط‌های پویا و در حال تغییر مواجه‌اند و بنابراین، به‌منظور بقا و پویایی خود مجبورند که خود را با تغییرات محیطی سازگار سازند. به‌بیان دیگر با توجه به سرعت شتابنده‌ی تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و ... سازمان‌هایی موفق و کارآمد محسوب می‌شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی، بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی‌ها را نیز در آینده پیش‌بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده‌ای بهتر هدایت کنند. تغییر اجتناب‌ناپذیر است و باید به‌منظور ایجاد تحولات سازنده و مؤثر در سازمان‌ها، طراحی و مدیریت شود. مدل کسب‌وکارهای نوین امروزی نیاز فزاینده به آن نوع از رهبری دارد که به ایجاد سازمان‌هایی که به سمت فعال کردن پتانسیل‌های خود می‌پردازند بپردازد و در عین حال به دل‌جوئی‌ها و شرایط اضطراری محیط کسب‌وکار بیندیشد. در چنین شرایطی سازمان‌ها باید بدانند که برای رسیدن به اقتدار آتی ناچارند اهداف «شدن» را به اهداف «ماندن» ترجیح دهند. به‌بیان دیگر در عصر حاضر، تحول، بازسازی و نوسازی یکی از ابعاد مهم سلامت سازمانی بوده و بنابراین مدیریت تغییر در سازمان‌ها یکی از خاص‌ترین وظایف مدیران پیشرو است.

مدیریت دربرگیرنده‌ی انجام کارها از طریق سایر افراد، به‌منظور دستیابی به اهداف و رسالت کسب‌وکار است. تمرکز تعاریف ارائه‌شده توسط متفکرین نشان می‌دهد که منظور از مدیریت رسیدن به اهداف سازمانی به شیوه‌ی کارآمد و مؤثری باشد. از طرف دیگر مفهوم رهبری پیچیده‌تر است و با متغیرهای دیگری مانند اثرگذاری (نارنج)، انگیزه و تغییر مربوط بوده و فقط شامل رسیدن به اهداف سازمانی نیست. همچنین کاربرد مدیریت رهبری نیز محل بحث محققان بوده است. عموماً رهبران با تغییر سروکار دارند و مدیران با پیش‌بینی، رهبران بصیرت و راهبردهایی را برای رسیدن به آن بصیرت توسعه می‌دهند، درحالی‌که مدیران درگیر برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی هستند. رهبران و مدیریت از نظر نگرش به اهداف و مفهوم کار کاملاً با یکدیگر تفاوت دارند.

تعداد مطالعاتی که در زمینه‌ی رهبری منتشر شده است گسترده بوده و به‌اندازه‌ی چندین دهه وسعت دارد. اما برخلاف چنین تحقیقات گسترده‌ای، هنوز رهبری به‌عنوان یک مفهوم ناشناخته مطرح می‌باشد. علیرغم سرمایه‌گذاری قابل‌توجهی که توسط دولت‌ها و سازمان‌ها

برای تحقیق درباره‌ی رهبری صورت گرفته است، هنوز هم به دلیل عدم وجود مطالعات جامع در زمینه‌ی مذکور شکاف‌هایی وجود دارد. محققین بر این باورند که ارائه‌ی یک تعریف قابل قبول جهانی برای رهبری امری غیرممکن بوده و مانع از تفکر خلاقانه می‌شود. فقدان وجود منابع داخلی نوین در زمینه‌ی رهبری و مدیریت تغییر مترجمین را بر آن داشت که نسبت به ترجمه یکی از کتاب‌های معتبر دنیا در این زمینه اقدام نمایند.

فصل اول این کتاب به تبیین مفهوم رهبری و تغییر با تمرکز بر مهارت‌های ارتباطی مدیران پرداخته است. فصل دوم کتاب سبک‌های رهبری و اثربخشی سازمانی را با رویکرد سبک‌های نوین رهبری سازمان‌ها و کسب‌وکارها مدنظر قرار داده است. فصل سوم کتاب به راهبردهای توسعه‌ی رهبری، منت‌سگ و کوچینگ رهبری موردنظر قرار می‌گیرد. در فصل چهارم کتاب مدیریت تیم و کار تیمی، رهبری سازمانی موردبررسی قرار می‌گیرد. فصل پنجم کتاب با ورود به دنیای مدیریت تغییر، سازگاری انواع برنامه‌ها و مدل‌های مدیریت تغییر را بیان می‌نماید. در فصل ششم و هفتم کتاب روش‌های بازسازی سازمانی و نقش ارتباطات و مهارت‌های ارتباطی در مدیریت کسب‌وکار می‌پردازد. فصل هشتم کتاب نیز به قدرت و سیاست‌های سازمان کسب‌وکار می‌پردازد.

نویسنده این کتاب دکتر Keo v Ngang Tang است. رهبری و مدیریت دانشگاه Khon Kaen است. مترجمین مطالعه این کتاب را با تمرکز بر سبک و طیف خبرگان و نخبگان، از دیدگاه مأموریت‌گرایی، مهارت‌افزایی و کاربردی به مدیران برندگان کسب‌وکارها و از دیدگاه آکادمیک به دانشجویان و اساتید رشته‌های مدیریت بازرگانی، مدیریت کسب‌وکار، کارآفرینی و مدیریت دولتی در مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری توصیه می‌کنند.

طبق رویکرد نوآوری باز، پذیرای دریافت بازخوردها و نظرات شما هستیم. ادرس ایمیل nesamohamadi.marketing@gmail.com

دکتر نسا محمدی

سارا محمدی

فهرست مطالب شماره صفحه

۱۳	فصل اول: رهبری در سازمان‌های کسب‌وکار
۱۴	مقدمه
۱۵	تعریف رهبری
۱۶	تغییر و رهبری
۱۷	رهبر
۲۰	رهبری
۲۱	مهارت‌های رهبری
۲۱	مهارت‌های ارتباطی
۲۱	انگیزش
۲۲	تفویض اختیار
۲۲	مثبت‌نگری
۲۳	اعتماد
۲۳	خلاقیت
۲۳	بازخورد
۲۳	مسئولیت‌پذیری
۲۴	تعهد
۲۴	انعطاف‌پذیری
۲۵	فصل دوم: سبک‌های رهبری و اثربخشی سازمانی
۲۶	مقدمه
۲۶	دید کلی از سبک‌های رهبری
۲۷	سبک رهبری خصوصیت محور
۲۷	ویژگی‌های یک رهبر خوب عبارتند از:
۲۹	سبک رهبری خودمختار

۳۰		سبک رهبری مدیریتی
۳۱		سبک رهبری پدرسالارانه
۳۲		سبک رهبری دموکراتیک
۳۳		سبک رهبری آزاد
۳۴		سبک رهبری تبادلاتی
۳۴		سبک رهبری متغیر
۳۷		سبک بری مشارکتی
۳۸		سبک بری توزیعی
۳۸		سبک رهبری اخلاقی
۳۹		سبک رهبری احساسی
۳۹		سبک رهبری پست‌مدرن
۴۰		سبک رهبری موقعیتی
۴۱		نگاهی کلی بر رویکردهای تحقیقات رهبری
۴۱		رویکرد ویژگی محور
۴۱		رویکرد رفتاری
۴۲		رویکرد قدرت - اثرگذاری
۴۳		رویکرد موقعیتی
۴۵		فصل سوم: استراتژی‌های توسعه‌ی رهبری
۴۶		مقدمه
۴۶		توسعه‌ی رهبران فردی
۴۸		مفهوم کلیدی در توسعه‌ی رهبری
۴۸		یادگیری تجربی
۴۸		خودکفایی
۴۹		طرح چشم‌انداز

۴۹	نگرش.....
۴۹	توسعه رهبری در سطح جمعی.....
۵۰	توسعه‌ی رهبری چطور باید باشد؟.....
۵۰	راهبردهایی برای توسعه رهبری.....
۵۰	توسعه خودخواسته.....
۵۱	منتورینگ و کوچینگ رهبری.....
۵۴	خصوصیات رهبر راهبردی.....
۵۴	خودآزمایی.....
۵۴	هدفمند است و اهدافی می‌کند.....
۵۴	تفکر و عملکرد راهبردی دارد.....
۵۵	تغییرات را به‌خوبی رهبری مدیریت می‌کند.....
۵۵	برای بخش خود توانایی و استعداد ایجاد می‌کند.....
۵۵	تأثیر شخصی می‌گذارد.....
۵۶	روابط و نیروهای بالقوه ایجاد می‌کند.....
۵۶	سایرین را به کار می‌گیرد و بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد.....
۵۷	فصل چهارم: توسعه تیم.....
۵۸	مقدمه.....
۵۸	چهار مرحله‌ی توسعه تیم.....
۵۸	مرحله‌ی اول: شکل‌گیری.....
۵۹	مرحله‌ی دوم: شتاب‌گیری.....
۵۹	مرحله‌ی سوم: قاعده‌مندی.....
۵۹	مرحله‌ی چهارم: عملکرد.....
۶۰	مدیریت تیم.....
۶۱	ساختار تیم و بهترین عملکرد.....

۶۱	 شکل دادن هدف در واکنش به تقاضا یا فرصت
۶۱	 تبدیل اهداف مشترک به اهداف عملکردی قابل سنجش
۶۱	 داشتن اندازه‌ی مدیریت‌شده
۶۱	 ترکیب درست تخصص‌ها
۶۲	 تعهد تیمی به داشتن روابط کاری
۶۲	 مسئولیت جمعی تمام اعضای تیم
۶۲	 خصوصاً یک تیم خوب/اثربخش
۶۴	 مدل تیم
۶۴	 مدل سنتی
۶۵	 مدل روحیه تیمی
۶۵	 مدل پیشرو
۶۵	 مدل تیم ضربت
۶۵	 مدل تیم سایبری
۶۶	 انواع تیم
۶۶	 تیم دائم
۶۶	 تیم موقت
۶۶	 تیم ضربت
۶۶	 کمیته
۶۶	 سازمان/نیروی کار
۶۶	 تیم خود تدبیر
۶۷	 تیم چندمنظوره
۶۷	 تیم مجازی
۶۹	 فصل پنجم: مدیریت تغییر
۷۰	 مقدمه

۷۰		انواع برنامه‌های مدیریت تغییر
۷۱		مدل مدیریت تغییر
۷۲		مدل ADKAR
۷۳		مدل تغییر سه مرحله‌ای لوین
۷۸		مدل تغییر ۸ مرحله‌ای کاتر
۷۹		مدل تغییر ۱۰ مرحله‌ای جیک
۸۱		فصل ششم: بازسازی: ادغام و تملک
۸۲		مقدمه
۸۲		بازسازی سازمانی
۸۳		بازسازی: ادغام و تملک
۸۴		هم‌افزایی
۸۴		روش‌های بازسازی
۸۵		تنزیل و فروش دارایی‌ها
۸۵		عرضه‌ی اوراق قرضه
۸۵		بخشی‌سازی (انشعابی)
۸۶		سهام قابل پیگیری
۸۶		مشارکت انتفاعی
۸۷		فصل هفتم: مهارت‌های ارتباطی رهبر کسب‌وکار
۸۸		مقدمه
۸۸		اجزای سازنده‌ی مدل کلی فرایند ارتباطات
۹۰		انواع ارتباطات
۹۱		نظریه‌ی سنتی، ارتباطات و نظریه‌ی شبکه اجتماعی
۹۱		نقش ارتباطات کسب‌وکار در مدیریت کسب‌وکار
۹۲		ارتباطات و تصمیم‌گیری