

مدیریت فناوری اطلاعات: تدوین راهبردها

مولفان:

دکتر علی رضا محمودی (مدرس دانشگاه)

منصور هوده شاهی (مدرس دانشگاه)

محمد صادق خزالی



۱۴۰۰

سرشناسه: محمودی، علی‌رضا، ۱۳۵۵-فروردین
عنوان و نام پدیدآور: مدیریت فناوری اطلاعات: تدوین راهبردها / مولفان علی
رضا محمودی، منصور هوده شاهی، محمدصادق خزایی -
مشخصات نشر: تهران: اندیشه دانش ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری: ۱۸۲ ص: نمودار
شابک: ۶- ۴۸- ۶۱۳۰- ۶۲۲- ۹۷۸ قیمت: ۶۵۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیا
کتابنامه

موضوع: برنامه ریزی راهبردی

موضوع: سازمان - مدیریت

موضوع: تکنولوژی اطلاعات - مدیریت

شناسه افزوده: هوده شاهی، منصور، ۱۳۴۹-

شناسه افزوده: خزایی، محمدصادق، ۱۳۶۹-

رده بندی کنگره: ۲۸ / HD۳۰

رده بندی دیویی: ۶۰۱۲/۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۹۴۲۰۴



عنوان: مدیریت فناوری اطلاعات: تدوین راهبردها

مولفان: دکتر علی رضا محمودی، منصور هوده شاهی و محمد صادق خزایی

ناشر: اندیشه دانش

صفحه آرا: انتشارات اندیشه دانش

طرح جلد: امیر رامین سلیمانی

چاپخانه: نارنجستان

سال نشر: ۱۴۰۰

شابک: ۶- ۴۸- ۶۱۳۰- ۶۲۲- ۹۷۸ شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۶۵۰۰۰ تومان

حق چاپ و نشر برای انتشارات اندیشه دانش محفوظ می باشد، هر گونه تکثیر و کپی غیر مجاز، پیگرد قانونی دارد.

تهران: میدان انقلاب- خیابان ۱۲ فروردین - بعد از تقاطع وحید نظری- ساختمان فروردین- پلاک ۲۸۶، طبقه دوم - واحد ۷ تلفن مرکز پخش: ۰۹۳۰۶۷۲۹۵۳-۵۵۳۱۲۳۰۰

فهرست مطالب

۷	 مقدمه
۹	 فصل اول: مدیریت استراتژیک
۱۰	 مقدمه
۱۰	 استراتژی
۱۵	 مفهوم نوین استراتژی
۱۶	 انواع استراتژی‌ها و ابزارهای مورد استفاده برای انتخاب استراتژی
۱۶	 انواع استراتژی‌ها با توجه به سطوح سازمان
۱۷	 انواع استراتژی‌ها با توجه به ماهیت عملکرد
۲۱	 دسته‌بندی استراتژی‌ها بر اساس نظریه‌ی مایکل پورتر
۲۲	 استراتژی سازمان
۲۵	 استراتژی منبع محور
۳۰	 استراتژی فعالیت محور
۳۲	 مدیریت استراتژیک و تعاریف آن
۳۳	 فرآیند مدیریت استراتژیک
۳۶	 مدل‌های برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک
۵۳	 نقش مدیران استراتژیک در سازمان
۵۶	 نقش رهبران استراتژیک در سازمان
۶۱	 نقش رهبری در اجرای استراتژیک
۶۳	 محیط استراتژیک رهبری
۶۴	 اهمیت و توسعه‌ی مدیریت استراتژیک
۶۶	 سطوح مختلف مدیریت استراتژیک
۶۸	 مراحل مدیریت استراتژیک
۷۴	 مولفه‌های مدیریت استراتژیک
۸۱	 فصل دوم: تدوین استراتژی‌ها
۸۲	 مقدمه
۸۳	 مأموریت سازمان

۸۵	چشم انداز سازمان.....
۸۷	آرزیابی محیط‌های خارجی و داخلی سازمان.....
۹۰	چارچوبی جامع برای تدوین استراتژی.....
۹۱	روش‌های برای تدوین استراتژی.....
۹۴	استراتژی‌هایی برای رقابت در بازارهای بین‌المللی.....
۹۶	استراتژی‌های ورود و رقابت در بازارهای خارجی.....
۹۹	فصل سوم: برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۰۰	مقدمه.....
۱۰۰	تعریف، اهداف و ماهیت برنامه ریزی برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۰۳	تاریخچه برنامه ریزی.....
۱۰۴	دوره برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۰۶	ضعف‌های برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۰۸	فنون و فرایندهای مربوط به برنامه ریزی استراتژیک در سازمان‌ها.....
۱۰۹	برنامه ریزی استراتژیک کلاسیک به عنوان یک روش کنترل استراتژیک.....
۱۱۱	دوزاهی تفکر استراتژیک.....
۱۱۳	تفکر استراتژیک و برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۱۵	برنامه ریزی استراتژیک مناسب با سازمان و صنعت مربوطه.....
۱۱۷	برنامه‌های تلفیقی.....
۱۱۸	نقش فناوری اطلاعات در برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۲۲	تاثیر فناوری اطلاعات بر برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۲۳	تاثیر غیر مستقیم فناوری اطلاعات بر برنامه ریزی استراتژیک.....
۱۲۷	تصمیم‌گیری و برنامه‌های استراتژیک در شرایط عدم قطعیت.....
۱۳۱	فصل چهارم: نظریه‌ها و مدل‌های سازمان‌های کسب و کار.....
۱۳۲	مقدمه.....
۱۳۳	نظریه متبع محور سازمان.....
۱۳۶	نظریه فعالیت محور سازمان.....
۱۳۷	پیگیری‌های ارزش سازمان.....

مقدمه

فرآیند تغییر و تحول مستمر و پرشتاب در آغاز هزاره سوم میلادی، از عمده‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری و از مهم‌ترین مشخصات بارز آن به شمار می‌رود و قرن حاضر قرن تحول و دگرگونی است. جوامع بشری در هیچ عصری از اعصار تا این حد دستخوش تغییر و دگرگونی نبوده‌اند. این تحول، به ویژه در کشورهای جهان سوم بسیار چشمگیر است. در واقع جامعه بشری بر امواج خروشان به پیش می‌رود که نتیجه آن تغییر شیوه‌های زندگی و اندیشیدن است.

افراد، سازمان‌ها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پرشتاب همگام کنند دچار حالت ایستایی و توقف می‌شوند. بی‌شک در آینده حضور فعالی نخواهند داشت و سرانجام دچار اضمحلال می‌شوند.

سازمان‌های امروزی در محیطی با پیچیدگی‌های زیاد و تغییرات سریع زندگی می‌کنند. برنامه بر اساس سناریو، پیش فرضی است که نتایج این فعالیت‌ها را می‌سازد و زمانی که این سناریوی پیش فرض شکست می‌خورد، سازمان به سمت بحران رفته و اضطراری و واکنشی می‌شود. تفکر هر چه بیشتر سیستماتیک در مورد آینده و برنامه ریزی برای مواجهه با تغییرات متحمل در محیط‌ها به معنای آن است که سازمان به استراتژی‌های جایگزین از قبل توجه داشته و بر آنها به توافق رسیده است. در نهایت برای مواجهه و برخورد با این تغییرات مجهز تر خواهد بود.

برای تدوین برنامه ریزی راهبردی ضرورت دارد تا فهرستی از راهبردها، برای وصول به اهداف و چشم اندازهای تعیین شده، تهیه شود. در واقع برنامه ریزی پابرجا از مجموعه‌ای از تکنیک‌ها بهره گرفته است که با استفاده از آنها راهبردهایی که احتمالاً به بهترین نتیجه منجر می‌شود، شناسایی می‌گردند یا اینکه راهبردها به نحوی تقویت می‌شوند که با اجرای آن کمترین مشکلات عملیاتی بروز می‌نماید. از این رو هر چه توانمندی راهبردها برای کمی شدن بیشتر باشد، احتمالاً به نتایج مطلوب تری منجر خواهد شد.