

۱۳۰۱۱۲۱
۹۵, ۱, ۱۶

بسم الله الرحمن الرحيم

مدیریت استراتژی

نحوه سازمان

مولفان:

دکتر شهرام آبرلو - محمود اسماعیلی امیدوار - منصور زرنخش

هریم دانش

سرشناسه : آجرلو، شهرام، ۱۳۵۷ -

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت استراتژی در تحول سازمان/مولفان شهرام آجرلو، محمود اسماعیلی امیدوار، منصور زربخش.

مشخصات نشر : تهران: حریم دانش، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری : ۱۶۶ ص. مصور، نمدار، جدول.

شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۰۶-۹۹-۰

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت : کتابنامه: ص. (۱۶۶).

موضوع : برنامه ریزی راهبردی

شناسه افزوده : اسماعیلی امیدوار، محمود، ۱۳۴۹ -

شناسه افزوده : زربخش منصور، ۱۳۳۹ -

رده‌بندی کنگره : HD۳۰/۲۸/۳۰۴ ۱۳۹۴

رده‌بندی دیویی : ۶۵۸/۱۲

شماره کتابشناسی ملی: ۴۱۸۳۸۶۷

عنوان کتاب: مدیریت استراتژی در تحول سازمان

مولفان: دکتر شهرام آجرلو، محمود اسماعیلی امیدوار و منصور زربخش

ناشر: حریم دانش

نوبت چاپ: چاپ اول ۱۳۹۴

قیمت: ۱۵۰،۰۰۰ ریال

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۰۶-۹۹-۰

کلیه حقوق چاپ و نشر برای انتشارات حریم دانش محفوظ می‌باشد.

مرکز پخش: میدان انقلاب، ضلع جنوب شرقی میدان انقلاب، پلاک ۱۱ جدید، کتابفروشی گلریزان.

تلفن: ۰۹۱۲۳۴۶۰۸۵۹ - ۶۶۹۷۶۲۳۰

جهت خرید کتاب می‌توانید به سایت انتشارات (HarimeDanesh.ir) نیز مراجعه نمایید.

مقدمه

ارتباطات سازمانی فرآیندی است که مدیران برای گرفتن اطلاعات و تبادل معینی با افراد فراوان داخل سازمان و افراد در ارگان‌های مربوط به خارج از آن سیستم توانا می‌سازد. ارتباط سازمانی به صورت‌های عمودی، رسمی و غیر رسمی بیان شده است. ارتباطات عمودی از بالا به پایین با اهداف هدایت، آموزش، اطلاع و ابلاغ دستورالعمل‌ها، مافوق به زیر دستان می‌باشد. همچنین این ارتباط جهت ارائه گزارش، پیشنهاد، ادای توضیحات و درخواست‌های گوناگون می‌باشد. آنگاه در ارسال آن نوع اطلاعات احتمال کرده یا آنها را تعدیل می‌کند. در ارتباط از بالا به پایین هرگاه مدیران از دادن اطلاعات واقعی و کافی به زیردستان خودداری می‌کنند آنگاه مرنوسان اعتماد خود را نسبت به آنان از دست داده و نمی‌توانند پاسخ‌های صحیح و درستی به پیام‌های ارتباطی آنها بدهند. این امور باعث تنش‌هایی در سازمان می‌شود. ارتباط رسمی در گروه‌های کوچک رسمی شامل شبکه‌ای همه‌جانبه، حُرخی و زنجیره‌ای هستند. در ارتباط همه‌جانبه همه اعضا می‌توانند آزادانه با هم در ارتباط باشند. در شبکه حُرخی رهبر به عنوان کانون و مرکز این ارتباطات فعالیت می‌کند و در شبکه زنجیره‌ای یک زنجیره فرماندهی رسمی وجود دارد. وجود هر یک از این سه شبکه به هدف گروه بستگی دارد. افراد به محض ورود به سازمان بنابر علل مختلف مانند علایق و سلیقه‌های مشترک، همفکری‌ها و همدلی‌ها، الفت و نزدیکی

ها و غیره با هم رابطه برقرار می کنند و شبکه ارتباطات غیر رسمی را تشکیل می دهند. ارتباطات غیر رسمی در سازمان گاهی اوقات آنقدر توسعه می یابد که ارتباطات رسمی در آن محو می شود. در صورتی که ارتباطات غیر رسمی با اهداف سازمان در تعارض باشد در راه رسیدن به این اهداف اختلال ایجاد می کند و در وجود سازمان تنش پدید می آید. هرگاه مدیر این گونه روابط را در راستای اهداف سازمانی ببیند آن گاه باید از آنها بهره گیرد آنها را مخالف و باز دارنده ببیند آنگاه باید در توقف اینگونه روابط بتواند تنش ردایی کند.

دکتر سهرام آجرلو

استاد دانشگاه

نایب رئیس انجمن استراتژیک ایران

(انجمن مدیریت راهبردی استان البرز)

فهرست مطالب

۳	مقدمه
۱۱	فصل اول: مدیریت راهبردی در سازمان
۱۳	بخش اول: استراتژی انسانی در مدیریت
۱۵	آغاز روابط انسانی و سازمانی
۱۷	اثر بخشی ارتباط بین افراد
۱۸	ویژگی های اثر بخشی
۱۸	ارتباطات و گروه ای
۱۸	بخش دوم: تعین وجدان انسانی در سازمان
۲۰	۱- منابع اخلاقی ارتباطات سازمانی
۲۰	اخلاق فردی
۲۱	فرهنگ سازمانی
۲۲	سیستم های سازمانی
۲۳	گروه های ذی نفع خارجی (محیطی)
۲۴	شیوه ای که مدیران فرهنگ و اصول اخلاقی را به وجود می آورند
۲۵	رهبری مبتنی بر ارزش
۲۶	سیستم ها و ساختار رسمی
۳۰	۲- اخلاق عامل ارتباط استراتژیک
۳۴	ایجاد فرهنگ پشتیبان از استراتژی
۳۶	۳- تفاهم و اخلاق
۳۷	جذب عاطفی و انسانی
۳۷	۱) آغاز حرکت ارتباط یا در کنار هم بودن
۳۸	۲) ارتباط فرهنگی
۳۹	۳) مشابهت

۳۹	۴) سازگاری و متعادل بودن.....
۴۱	فصل دوم: استراتژی ارزیابی و اثربخشی در سازمان.....
۴۳	بخش اول: استراتژی ارزیابی و نظارت سازمانی.....
۴۴	ویژگی های سیستم ارزیابی اثر بخش.....
۴۶	اقدامات اصلاحی.....
۵۲	ارزیابی استراتژی ارتباط سازمانی.....
۵۵	بخش دوم: سازمان ارتباطات و رهبری اثربخش.....
۵۶	مدیریت ارتباط عمومی در سازمان.....
۵۶	سازمان دهی روابط عمومی.....
۵۷	سازمان بر مبنای وسیله (هدف).....
۵۸	الف) استراتژی سازمان (اهداف) تکنولوژی و محیط.....
۵۸	معایب و مزایای طراحی سازمان بر مبنای وظیفه.....
۵۹	سازمان دهی بر مبنای نوع تولید یا عملیات.....
۵۹	سازمان بر مبنای مشتری.....
۵۹	ساخت های ترکیبی.....
۶۰	وظایف ادارات روابط عمومی.....
۶۱	انتظارات غالب مؤسسات از روابط عمومی.....
۶۲	وظایف.....
۶۲	شرح وظایف روابط عمومی یک کمپانی آمریکایی.....
۶۲	وظایف و مسئولیت های روابط عمومی.....
۶۳	سازمان دهی روابط عمومی بر مبنای وظیفه (هدف).....
۶۴	شخصیت عامل ارتباط سازمانی.....
۶۴	کسب اعتبار سازمانی.....
۶۵	آینده روابط مدیریتی.....

۶۵	 دستیاران
۶۶	 نقش تبلیغات در روابط عمومی سازمان
۶۸	 طرفداری از روابط سازمانی
۷۱	 بخش سوم: اثر بخشی ارتباطات سازمانی
۷۲	 اهمیت ارتباطات اثر بخش
۷۳	 ارتباطات بین افراد
۷۴	 فرایند ارتباطات
۷۷	 برداشت های متفاوت
۷۸	 از میان برداشتن موانع که بر سر راه ارتباطات وجود دارند
۸۰	 واکنش های احساسی یا عاطفی
۸۰	 ناسازگاری ارتباطات گفتاری و غیر گفتاری
۸۱	 عدم اعتماد
۸۲	 عواملی که بر ارتباطات سازمانی اثر می گذارد
۸۴	 انواع ارتباطات
۸۴	 ۱- ارتباطات عمودی
۸۷	 ۲- ارتباطات غیر رسمی در سطح چند جانبه
۸۸	 ارتباطات سازمان ها با دیگران
۸۹	 استفاده از مهارت های ارتباطی: حل مساله تعارض
۹۰	 مذاکره یا جانه زدن برای حل مساله تعارض
۹۳	 فصل سوم: ارتباط
۹۵	 بخش اول: اندیشه های ارتباطی
۹۶	 ارتباطات سازمانی
۹۹	 ارتباط در سازمان
۱۰۱	 روابط عمومی استراتژی سازان

۱۰۱	مدیریت استراتژیک
۱۰۴	عناصر مدیریت استراتژیک
۱۰۴	اهداف
۱۰۶	مزیت های استراتژیک
۱۰۶	استراتژی های اصلی
۱۰۷	جدول تهدیدات و مزیت های بیرونی
۱۰۸	جدول برتری های داخلی و مزیت های داخلی
۱۰۹	انتخاب استراتژی
۱۱۵	اجرای استراتژی
۱۱۷	سطح عالی شرکت
۱۱۷	روابط بین سازمانی
۱۱۹	استراتژی هایی در زمینه ی منابع
۱۱۹	استراتژی های مبتنی بر قدرت
۱۲۱	بخش دوم: ارتباطات برونی
۱۲۲	ارتباطات بین المللی
۱۲۲	بوم شناسی جمعیت
۱۲۵	شک سازمانی و منابع ویره
۱۲۶	فرآیند تغییر
۱۲۸	استراتژی بقای سازمان
۱۲۹	سازمان نهادی
۱۳۱	مناسبت سازمانی
۱۳۶	علل تغییرات برنامه ریزی
۱۳۸	الگوی تغییر
۱۳۸	تئوری کرت لوین

۱۳۸	منابع نیروهای بازدارنده در تئوری کورت لوین
۱۴۱	فرآیند تغییر
۱۴۴	روش هایی برای ایجاد تغییر در ساختار
۱۴۵	تغییر در تکنولوژی
۱۴۵	تغییر دادن افراد
۱۴۵	بهبود سازمانی
۱۴۸	نوع فعالیت ها در بهبود سازمانی
۱۵۲	مدیریت خلاقیت و نوآوری
۱۵۳	خلاقیت
۱۵۴	خلاقیت و نوآوری در سازمان
۱۵۶	ایجاد جوی مناسب برای سلامت و نوآوری در سازمان
۱۵۹	فصل چهارم: راهبردی و ارتباط
۱۶۰	مدیریت راهبردی در سازمان
۱۶۰	مراحل مدیریت راهبردی
۱۶۱	اجرای راهبردها
۱۶۱	ارزیابی راهبردها
۱۶۱	الگوی مدیریت راهبردی چیست؟
۱۶۲	روابط راهبردی و سازمانی
۱۶۳	راهبرد سازمان
۱۶۳	۱- مدیریت و کیفیت جامع و عملکرد سازمانی
۱۶۴	۲- استراتژی سازمان و مدیریت کیفیت جامع
۱۶۵	۳- استراتژی سازمان و عملکرد سازمان
۱۶۶	منابع