

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کتاب جیبی

مدیریت تغیر

Neil Russel-Jones

مترجم

دکتر محمد مهدی اسکونژاد

Russel-Jones, Neil

راسل-جونز، نیل

مدیریت تغییر / نیل راسل جونز؛ (تصویرگر فیل هیلستون) مترجم: محمد مهدی اسکونزاد- تهران: آدینه، ۱۳۸۴

ISBN: 964-8313-18-0 ۷۰۰ ریال

۱۱۲ ص: مصور، جدول: ۱۱×۱۷ س. م..

The managing change pocketbook.

عنوان اصلی:

فهرستویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

۱. تحول سازمانی - مدیریت: الف. هیلستون، فیل، Hailston, Phil تصویرگر: ب. اسکونزاد، محمد مهدی. ۱۳۴۰ - مترجم: ج. عنوان

۶۵۸/۴۰۶

ک ۸ ر ۲ / ۸ / ۵۸ HD

۱۳۸۵

م ۸۵-۳۱۶۰۷

کتابخانه ملی ایران

کتاب جیبی مدیریت تغییر

نویسنده: نیل راسل-جونز

مترجم: دکتر محمد مهدی اسکونزاد

شابک: ۹۶۴-۸۳۱۳-۱۸-۰

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

چاپ اول: ۱۳۸۵

قیمت: ۷۰۰ تومان

انتشارات آدینه:

تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، ساختمان ناشران فخر رازی، واحد ۲۳
تلفن: ۰۶۶۹۵۷۸۰۱، ۰۶۶۹۶۳۷۷۷، ۰۶۶۹۶۳۷۷۸، ۰۹۱۲۱۲۶۱۳۷۰، فاکس: ۰۶۶۹۶۳۳۹۵

www.adinehbook.com

info@adinehbook.com

کلیه حقوق مربوط به این کتاب متعلق به شرکت توسعه پایدار نوین و کانون تفکر مدیریت پروژه‌های عمرانی نوین می‌باشد

فهرست

- ۷۳ تغییر را انجام دهید
قدمهای کلیدی، چهارچوب مدیریت تغییر،
اجرای برنامه، تمهیدات، مدیریت تیم،
تیم مدیریت تغییر، مقاومت
- ۴ مقدمه
چرا باید این کتاب را خواند؟
- ۷ تغییر چیست؟
تعاریف، رشد تغییرات، تغییرات سازمانی،
عوامل تغییر، چرا تغییر؟، چگونگی تغییر
- ۹۷ ارتباطات
پنج سؤال
- ۲۵ آمادگی تغییر
اجرای تغییرات، مدیریت تغییر موفق،
شرایط موفقیت، موانع، فرهنگ چیست؟،
آگاهی فرهنگی، انواع فرهنگها، آمادگی
سازمان برای تغییر، مطالعات موردی
- ۱۰۵ سخن آخر
چگونه موفق شوید، چگونگی شکست،
اطلاعات نهایی





مقدمه

مثل دایناسور نباش

تغییر، همیشه در ما و کنار ماست و از دو طریق می‌توان با آن کنار آمد:

- عکس‌العملی: با پاسخ دادن به اینکه چه موقع مجبورم تغییر نمایم، معمولاً تغییر با تأخیر انجام می‌شود.

- استقبالی: با برنامه‌ریزی برای تغییر و سعی در نگهداری آن، اگر جلوتر از تغییر باشیم حداقل یشتاز تغییر می‌باشیم.

البته طریق سوم نیز وجود دارد که باید آن را فراموش کرد و از آن دوری جست. (طریق سوم توسط دایناسورها تعقیب شد و بدیهی است تعدادی از شرکتها نیز متوجه تغییرات نمی‌شوند و منجر به ضعف و نابودی خود می‌گردند.)

هر تغییری باید به طور صحیح مدیریت گردد در غیر این صورت نابودی را به همراه دارد. برای مثال شرکت «GEC» تصمیم به تغییر از یک شرکت تولیدی به یک شرکت ارتباطاتی گرفت که در آن ریسک کامل وجود داشت. به این منظور نام خود را به «مارکونی» تغییر داد که با شکست بازار ارتباطات، شرکت «مارکونی» نابود شد.