
سیستم اطلاعات استراتژیک

تألیف:

دکتر اصغر صرافی زاده



انتشارات بوم

سرشناسه : صرافى زاده، اصغر ۱۳۳۰ -
 عنوان و نام پديد آور : سيستم اطلاعات استراتژيك / تاليف اصغر صرافى زاده.
 مشخصات نشر : تهران: ترمه، ۱۳۹۲.
 مشخصات ظاهري : ۲۹۶ ص: جدول، نمودار.
 شابك : ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۳۴۸-۲-۲
 وضعيت فهرست نويسي : فيبا
 موضوع : نظام‌هاى اطلاعاتى، مديريت
 موضوع : تكنولوجى اطلاعات -- مديريت
 موضوع : برنامه‌ريزى استراتژيك
 رده بندى كنگره : ۱۳۹۲ ۸۶۴ ص ۴/۸۵ T
 رده بندى ديويى : ۵۸/۴۰۱۸
 شماره كتابشناسى ملي : ۲۲۰۴۷۸۷



نام كتاب :	سيستم اطلاعات استراتژيك
مؤلف :	دكتور اصغر صرافى زاده
حروفچيني و صفحه‌آرائى :	قيطاسى - خضرى
طراح جلد :	روجا غمگسار
نوبت چاپ :	اول ۱۳۹۲
ناشر :	انتشارات ترمه
تيراژ :	۱۱۰۰ نسخه
چاپ و صحافى :	رسم/ چاوش
قيمت :	۱۱۰,۰۰۰ ريال
شابك :	۹۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۳۴۸-۲-۲

آدرس ناشر: تهران- خ انقلاب- خ ۱۲ فروردين، پلاك ۲۹۰

تلفن: ۶۶۴۱۷۴۶-۶۶۹۶۳۳۰۱

دفتر فروش انتشارات ترمه: تهران- خ انقلاب- خ ۱۲ فروردين- خ وحيد نظرى، پلاك ۱۲۶

تلفن: ۶۶۴۰۱۷۸۳ - فکس: ۶۶۴۹۶۶۲۸

www.termehpub.ir

Info @ termehpub.ir

کليه حقوق برای انتشارات ترمه محفوظ است

پیشگفتار

چالش‌های جدی سازمان‌های نوین، نه در درون سازمان بلکه عمدتاً با محیطی است که در آن فعالیت می‌نمایند. نیروهای محیطی آرامش و ثبات سازمان‌ها را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند. نیروهای بسیاری در محیط قرار دارند که سازمان‌های نوین بایستی حرکت و اقدامات خود را براساس آن‌ها تنظیم نمایند و یا در حرکتی فعال آن‌ها را تحت تأثیر خواسته‌ها و اهداف خود قرار داده و به آن‌ها جهت دهند. این تفکر همان چیزی است که در سازمان‌های نوین در قالب برنامه‌ریزی فعال یا آینده‌ساز مطرح می‌شود.

چنانچه نیروهای محیطی را طبق‌بندی کنیم با سه نیروی مشتری^۱، رقابت^۲ و تغییر^۳ مواجه هستیم. مشتری مداری به مفهوم رایج آن توانایی پاسخگویی به نیازها و خواسته‌های مشتریان در یک شرایط رقابتی است. سازمان با مکانیزم‌های مناسب باید سلاقی، ارزش‌ها و خواسته‌های مشتریان را دریافت، پردازش و در خدمات و محصولات خود لحاظ نماید. اگرچه در دیدگاه فعال، سازمان می‌تواند به نیازها و خواسته‌های مشتریان جهت داده و آن‌ها را به سمت استراتژی‌های خود هدایت نماید. در بحث رقابت، شکسته شدن مرزهای اقتصادی و تولید و ورود شرکت‌های بین‌المللی، فراملیتی و جهانی، تهدید بزرگی برای شرکت‌هایی است که خود را جهت برتری رقابتی و یا همگامی با رقابت آماده نکرده‌اند. شرکت‌های مذکور با استراتژی برتری کیفیت، مقیاس تولید و هزینه‌های غیرقابل رقابت، بازار کشورهای مختلف را هدف قرار می‌دهند و در صدد سلطه بر بازار و یا افزایش سهم خود از این بازارها هستند. مضافاً گروه‌هایی که در صدد وارد شدن به صنعت (تازه واردین) و رقابت با نیروهای موجود در صنعت هستند نیز می‌توانند تهدیدی جدی برای شرکت‌ها باشند. در نهایت، تغییر در زمینه‌های مختلف مانند فناوری، نوآوری‌ها و اکتشاف، و شیوه‌های انجام کار، سازمان‌هایی را که نتوانند خود را آماده تغییر و انعطاف‌پذیر نمایند، با بحران بقا و حیات مواجه می‌نماید.

در این کتاب به نقش فناوری اطلاعات در شکل‌گیری استراتژی‌ها، پشتیبانی از استراتژی‌های کسب و کار و نیز نقش خلاق و نوآوری آن در طراحی و ایجاد کسب و کارهای جدید می‌پردازیم.

بسیاری از سازمان‌ها دریافته‌اند که غفلت از شناخت اهمیت فناوری اطلاعات و کاربرد آن در سازمان می‌تواند بسیار هزینه‌بر و سازمان را از چرخه رقابت در بازار کنار گذارد. (Bryce, 1983) این منبع چنانچه به‌طور مؤثر و کارآ بکار گرفته شود می‌تواند سازمان‌ها را در دسترسی به بازار جدید، تولیدات، خدمات و دیگر فرصت‌هایی که در گذشته برای آن امکان‌پذیر نبوده، یاری نماید. (Rockart & Flannery 1983)

در فصل ابتدایی کتاب به بحث پیرامون روند توسعه و شکل‌گیری سیستم‌های اطلاعات و تغییر در نقش و جایگاه آن پرداخته شده است. همچنین در مورد سیستم‌های اطلاعات استراتژیک و مفاهیم مرتبط، تعاریف، کاربردها و تأثیرات آن بر سازمان‌های نوین مباحثی ارائه شده است.

در فصل دوم بدلیل ضرورت درک خوانندگان از مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک مروری خیلی مختصر بر مفاهیم، مدل و فرایندهای آن داشته‌ایم و خوانندگان را با این مفهوم مهم و کاربردی سازمان‌های نوین آشنا می‌نمائیم.

فصل سوم به برنامه‌ریزی سیستم‌های اطلاعات استراتژیک اختصاص دارد و لزوم برنامه‌ریزی استراتژیک سیستم‌ها در جهت کسب برتری رقابتی و سازگاری فناوری اطلاعات و استراتژی‌های کسب و کار تاکید شده است. تاکید بر فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک سیستم‌های اطلاعات استراتژیک و فعالیت‌ها در فرآیند از ویژگی‌های این فصل می‌باشد.

ضرورت سازگاری و هماهنگی استراتژی‌های فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعات با استراتژی‌های کسب و کار تحت عنوان همراستایی استراتژیک در فصل چهارم مطرح گردیده است و همراستایی به عنوان یک ضرورت در برنامه‌ریزی استراتژیک سیستم‌های اطلاعات بطور مبسوط تشریح شده است.

فصل پنجم، به بحث پیرامون اعتماد استراتژیک بعنوان یک ضرورت در شرایط کسب و کار نوین، اختصاص یافته است. سازمان‌های نوین از استراتژی اتحاد بعنوان یک فرصت برای نفوذ در بازار، گسترش فعالیت‌ها و کاهش نقاط ضعف خود و کسب برتری رقابتی بهره می‌گیرند.

در فصل ششم به متدولوژی‌ها و چارچوب‌های بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعات در کسب و کار و تحلیل چارچوب‌ها اختصاص یافته است و چارچوب‌های اساسی مورد نیاز خوانندگان از جمله مدل‌های رقابتی پورتر و زنجیره ارزشی مورد بررسی قرار گرفته است.

از دهه ۹۰ میلادی طراحی سیستم‌هایی که قابلیت ایجاد برتری رقابتی و کاهش فاصله نسبت به رقبای داشته باشند، در دستور کار قرار گرفت و سیستم‌هایی با نقش استراتژیک و

توان ایجاد برتری رقابتی پا به عرصه گذاشتند. سیستم‌های ERP، CRM، SCM، BI از این جمله هستند که امروزه در سازمان‌های موفق بکار گرفته می‌شوند. این موضوعات در فصل هفتم مورد بحث قرار گرفته‌اند. در فصل پایانی بطور اجمال به زیرساخت‌های پیاده‌سازی سیستم‌های اطلاعات استراتژیک پرداخته شده و موضوعاتی مانند زیرساخت، معماری، سیستم‌های میان سازمانی و ... مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

کتاب حاضر از نظر علمی کاملاً تخصصی و براساس سیلابس مورد تأیید شورایی برنامه‌ریزی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تدوین شده است: ساختار کتاب بگونه‌ای طراحی شده است که می‌تواند مرجعی برای درس سیستم اطلاعات استراتژیک مورد استفاده قرار گیرد و هر فصل آن هم بصورت جداگانه براساس هدف مخاطب می‌تواند استفاده شود.

مخاطب اولیه کتاب، اساتید و دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد و دکتری رشته‌های مدیریت فناوری اطلاعات و گرایش‌های سیستم‌های اطلاعات در سایر رشته‌ها است. لیکن محتوی بگونه‌ای طراحی شده که مدیران و کارشناسان برنامه‌ریزی سازمان‌ها، مدیران ارشد و پژوهشگران حوزه‌های فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعات و کسب و کار می‌توانند از آن در جهت انجام فعالیت‌های طراحی و برنامه‌ریزی و توسعه دانش خود از محیط و شرایط کسب و کار نوین و فناوری اطلاعات بهره‌جویند.

در پایان به رسم ادب و قدردانی، از مدیریت محترم نشر ترمه که امکان چاپ این اثر را فراهم کردند، تشکر می‌نمایم. از خانم‌ها غمگسار، قیطاسی و خضری که در تهیه و آماده‌سازی کتاب نقش ارزنده‌ای داشته‌اند، قدردانی می‌کنم. از کلیه همکاران، دانشجویان و دوستانی که طی سال‌ها نظرات آن‌ها در شکل‌گیری محتوی بسیار مؤثر بوده‌اند، سپاسگزاری می‌کنم.

بدیهی است هر اثری که توسط انسان خلق می‌شود، عاری از ایراد و محدودیت نیست و اینجانب نیز خود را از این امر مستثنی نمی‌دانم. از کلیه خوانندگان محترم تقاضا دارم بر مؤلف منت گذاشته و هر گونه نظر، پیشنهاد و اصلاحاتی که ضروری به نظر می‌رسد را بنحو مقتضی به اینجانب منعکس فرمایند.

اصغر صراف‌زاده

پست الکترونیک:

Sarafizadeh@gmail.com

فصل ۱ - مبانی سیستم اطلاعات استراتژیک

۳	مقدمه
۶	سازمان‌های آینده و ضرورت‌ها
۶	چابکی و تحرک از طریق فناوری اطلاعات
۸	مدل کسب و کار و فناوری اطلاعات
۸	تکامل سیستم‌های اطلاعات
۱۱	دوره پردازش داده
۱۳	دوره سیستم‌های اطلاعات مدیریت
۱۶	دوره سیستم‌های اطلاعات استراتژیک
۲۰	ورود به مرحله چهارم
۲۳	سیستم اطلاعات استراتژیک
۲۶	ویژگی‌ها و تفاوت سیستم اطلاعات استراتژیک با سیستم‌های اطلاعات رایج
۲۷	برتری رقابتی سیستم‌های اطلاعات استراتژیک
۳۰	طبقه‌بندی سیستم‌های اطلاعات
۳۱	ویژگی‌های سیستم‌های اطلاعات استراتژیک
۳۱	تحلیل رقابت
۳۲	برتری رقابتی در برابر برتری استراتژیک
۳۳	برتری رقابتی سیستم‌های اطلاعات استراتژیک
۳۴	مدیریت منابع اطلاعات
۳۶	اطلاعات به عنوان منبع استراتژیک
۳۷	مزایای پیاده‌سازی استراتژیک IRM
۳۸	برخی از موضوعات مطرح در استراتژی IRM
۳۸	اطلاعات به مثابه دارایی استراتژیک
۴۰	مسئولیت مدیریت منابع اطلاعات به عهده کیست؟
۴۱	وظایف واحد مدیریت منابع
۴۳	تغییر نقش واحد سیستم‌های اطلاعاتی
۴۴	ساماندهی واحد فناوری اطلاعات
۴۶	تأثیر فناوری اطلاعات

۴۷	تأثیرات بر سطح صنعت.....
۴۸	تأثیرات بر سطح مؤسسه.....
۴۸	تأثیرات بر سطح استراتژی.....
۴۹	نتیجه‌گیری.....

فصل ۲- مدیریت استراتژیک، مفاهیم اساسی

۵۳	مدیریت استراتژیک.....
۵۳	مدل عمومی برنامه‌ریزی استراتژیک.....
۵۵	- تحلیل استراتژیک.....
۵۵	- انتخاب استراتژی.....
۵۶	- ارزیابی.....
۵۶	- اجرای استراتژی.....
۵۶	بیانیه‌ی مأموریت.....
۵۷	اهداف و مقاصد.....
۵۷	سلسله مراتب اهداف.....
۵۸	محیط سازمان.....
۵۹	عدم اطمینان و پویایی در محیط.....
۵۹	تناسب با محیط.....
۶۰	تحلیل شکاف.....
۶۰	استراتژی چیست؟.....
۶۰	برنامه‌ریزی استراتژیک کسب و کار.....
۶۳	نظریه استراتژیک پورتر.....
۶۳	- رهبری هزینه.....
۶۴	- تمایز.....
۶۵	- تمرکز.....
۶۷	نقش فناوری اطلاعات در مدیریت استراتژیک.....
۶۹	نتیجه‌گیری.....

فصل ۳- برنامه‌ریزی سیستم اطلاعات استراتژیک

۷۳	برنامه‌ریزی سیستم‌های اطلاعات استراتژیک (SISP).....
۷۵	معضلات فقدان برنامه‌ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات.....

۷۵	چالش‌های برنامه‌ریزی
۷۶	مشکلات ناشی از محیط و اجرا
۷۶	مشکلات ناشی از روش
۷۶	مشکلات ناشی از اجرا
۸۰	فرآیند برنامه‌ریزی سیستم اطلاعات استراتژیک
۸۴	تشریح فرایند برنامه‌ریزی سیستم اطلاعات استراتژیک
۸۷	تحلیل اهداف و استراتژی‌های سازمان
۸۷	تعریف نیازهای اطلاعات و معماری سیستم
۸۸	خروجی‌های فرآیند تدوین استراتژی فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعات
۸۹	استراتژی کسب و کار
۹۰	ارزیابی محیط جاری فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعات
۹۰	تعیین نیازهای اطلاعاتی سازمان
۹۱	تحلیل استراتژیک یا عوامل حیاتی موفقیت
۹۳	استراتژی فناوری اطلاعات
۹۴	منشأ استراتژی‌های فناوری اطلاعات از کجاست؟
۹۵	تدوین استراتژی‌های فناوری اطلاعات از طریق بررسی نقش فناوری اطلاعات نوین
۹۶	برتری رقابتی (استراتژیک) حاصل از فناوری اطلاعات
۹۷	توسعه استراتژی‌ها (مدل سه پایه اول)
۹۹	حکمرانی فناوری اطلاعات
۱۰۰	نتیجه‌گیری

فصل ۴ - همراهی استراتژیک

۱۰۳	مقدمه
۱۰۳	همراستایی استراتژیک
۱۰۵	مفهوم همراهی استراتژیک
۱۰۶	اهمیت همراهی استراتژیک
۱۰۹	مدل‌ها و چارچوب‌های همراهی استراتژیک
۱۰۹	مدل همراهی هندرسون و ونکاترامن
۱۱۲	چشم اندازهای همراهی بر مبنای مدل هندرسون و ونکاترامن
۱۱۳	چشم انداز اجرای استراتژی

۱۱۲	چشم انداز انتقال فناوری.....
۱۱۳	چشم انداز همراستایی سطح خدمات.....
۱۱۴	چشم انداز پتانسیل رقابتی.....
۱۱۸	مدل همراستایی استراتژیک اچ پی.....
۱۲۰	مدل همراستایی استراتژیک کلارک.....
۱۲۱	مدل همراستایی استراتژیک جوپرو و کالیکا.....
۱۲۲	مدل همراستایی استراتژیک کازمن و میچن (BITAM).....
۱۲۳	روش همراستایی BITAM.....
۱۲۴	چارچوب همراستایی استراتژیک اوسبرن.....
۱۲۵	مدل سنجش بلوغ همراستایی استراتژیک.....
۱۲۸	مدل ۴ C همراستایی استراتژیک.....
۱۳۲	مدل همراستایی استراتژیک در مهندسی سیستم های اطلاعات مبتنی بر معماری.....
۱۳۳	جمع بندی مدل ها در حوزه همراستایی.....
۱۳۳	ارزیابی مدل های حوزه همراستایی.....
۱۳۵	مدل سنجش سطح همراستایی سازمان.....
۱۳۶	تشریح معیارهای شش گانه مدل لوفتمن.....
۱۳۶	- ارتباطات.....
۱۳۶	- شاخص های شایستگی سازمانی.....
۱۳۷	- نحوه اداره امور / مدیریت.....
۱۳۷	- مشارکت.....
۱۳۸	- فناوری.....
۱۳۸	- منابع انسانی.....
۱۳۸	تشریح ویژگی های هر یک از سطوح پنجگانه مدل لوفتمن.....
۱۳۸	سطح اول: مرحله ابتدایی / تک نگری (لوفتمن، ۲۰۰۱، ۱۱).....
۱۳۹	سطح دوم: مرحله تعهد.....
۱۳۹	سطح سوم: مرحله تمرکز کامل.....
۱۳۹	سطح چهارم: مرحله بهبود یافته / مدیریت شده.....
۱۴۰	سطح پنجم: مرحله بهینه.....
۱۴۰	نتیجه گیری.....

فصل ۵ - اتحاد استراتژیک

۱۴۳	 مقدمه
۱۴۳	 اتحاد
۱۴۶	 انواع اتحاد استراتژیک
۱۴۸	 چرا اتحاد مورد علاقه است؟
۱۴۹	 مزایای اتحاد استراتژیک
۱۵۰	 محدودیت‌ها و ریسک‌های اتحاد
۱۵۰	 موضوعات مدیریتی مشترک
۱۵۱	 تسهیم ریسک
۱۵۱	 تسهیم منافع
۱۵۲	 چشم‌انداز مشترک
۱۵۲	 ارزش‌های مشترک
۱۵۲	 نحوه تشکیل یک پیمان اتحاد استراتژیک
۱۵۳	 انتخاب شرکاء
۱۵۳	 انواع بازارهای خارجی در اتحاد
۱۵۴	 استراتژی ورود به بازار
۱۵۴	 نتیجه‌گیری

فصل ۶ - متدولوژی‌ها و چارچوب‌های سیستم اطلاعات استراتژیک

۱۵۷	 مقدمه
۱۵۸	 نظریه استراتژیک پورتر
۱۶۱	 مدل پنج نیروهای رقابتی پورتر
۱۶۳	 تازه واردین
۱۶۴	 تامین‌کنندگان
۱۶۴	 مشتریان
۱۶۵	 محصولات جایگزین
۱۶۶	 رقابت بین مؤسسات
۱۶۸	 نحوه استفاده از مدل رقابتی نیروی پورتر
۱۷۱	 مدل زنجیره ارزش پورتر
۱۷۱	 ارزش چیست؟

۱۷۱	مدل زنجیره ارزش
۱۷۲	فعالیت‌های اولیه شامل
۱۷۳	فعالیت‌های پشتیبان
۱۷۴	نحوه استفاده از مدل زنجیره ارزش پورتر
۱۷۹	نقش سیستم‌های اطلاعات در هماهنگی روابط بین عملیات
۱۸۰	زنجیره ارزش در سازمان‌های خدمات
۱۸۰	فعالیت‌های اولیه
۱۸۰	فعالیت‌های ثانویه (پشتیبانی)
۱۸۱	نقش فناوری در زنجیره ارزش
۱۸۲	نظام ارزش
۱۸۳	سایر چارچوب‌ها
۱۸۳	شبکه اِرن
۱۸۴	الگوی بروکس و تریسی: قدرت چانه‌زنی و کارآیی مقایسه‌ای
۱۸۵	چارچوب سیستم‌های میان سازمان
۱۸۶	شبکه تأثیر استراتژیک
۱۸۷	پشتیبانی
۱۸۷	عاملی
۱۸۸	دگرگونی
۱۸۸	استراتژیک
۱۸۹	مدل تأثیر شدت اطلاعات
۱۸۹	مدل چرخه حیات منابع مشتری
۱۹۱	چارچوب پنج سوال مک فارلین
۱۹۲	چارچوب مدیریت ذینفعان
۱۹۳	چارچوب فرصت‌های استراتژیک
۱۹۴	هجوم استراتژیک
۱۹۴	نتیجه‌گیری

فصل ۷ - سیستم‌هایی با نقش استراتژیک

۱۹۷	سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی (ERP)
۱۹۷	تاریخچه و تکامل ERP
۲۰۲	نسل دوم ERP

۲۰۳	 کارکردهای ERP
۲۰۳	 فروش و بازاریابی
۲۰۳	 برنامه‌ریزی تولید
۲۰۳	 تأمین مواد
۲۰۴	 برنامه‌ریزی و کنترل کسب و کار
۲۰۵	 روش‌های استقرار ERP
۲۰۶	 دستاوردهای ERP
۲۰۹	 هزینه‌های پنهان در بکارگیری ERP چیست؟
۲۰۹	 مزایای پیاده‌سازی سیستم برنامه‌ریزی
۲۱۰	 سازماندهی پروژه‌های ERP
۲۱۰	 تشکیل تیم پروژه
۲۱۱	 کمیته راهبری
۲۱۲	 زنجیره تأمین
۲۱۲	 تعریف زنجیره تأمین
۲۱۴	 مدیریت زنجیره تأمین
۲۱۷	 سیستم مدیریت زنجیره تأمین
۲۱۷	 نقش اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین
۲۲۰	 تبادل اطلاعات و اسناد
۲۲۰	 فناوری اطلاعات و زنجیره تأمین
۲۲۳	 اهمیت زمان در زنجیره تأمین
۲۲۳	 علل طولانی شدن زمان در زنجیره
۲۲۶	 نقش فناوری اطلاعات در زنجیره تأمین
۲۳۰	 برخی از فروشندگان مشهور و معتبر سیستم مدیریت زنجیره تأمین
۲۳۰	 سیستم مدیریت ارتباط مشتری (CRM)
۲۳۱	 CRM چیست؟
۲۳۵	 روش‌های تأمین CRM
۲۳۵	 انواع CRM
۲۳۶	 طبقه‌بندی کاربردی‌های CRM
۲۳۷	 e. CRM
۲۳۸	 گستره e.CRM
۲۳۹	 روش‌های تأمین سیستم مدیریت ارتباط مشتری

۲۳۹	 گستره e. CRM
۲۳۹	 خدمات مشتریان بر روی شبکه Web
۲۴۰	 ابزارهایی برای ارتقاء CRM
۲۴۰	 هوش کسب و کار
۲۴۱	 هوش کسب و کار چیست؟
۲۴۱	 هوش کسب و کار چگونه از تصمیمات پشتیبانی می‌کند؟
۲۴۲	 ابزارها و فنون هوش کسب و کار
۲۴۳	 هوش استراتژیک
۲۴۵	 مدلی برای ایجاد هوش استراتژیک
۲۴۶	 مدیریت دانش
۲۴۸	 دانش تصریحی و ضمنی
۲۴۹	 نیاز به سیستم‌های مدیریت دانش
۲۴۹	 چرخه سیستم مدیریت دانش
۲۵۱	 فناوری اطلاعات در مدیریت دانش
۲۵۱	 ارتباطات، همکاری، ذخیره و بازیابی
۲۵۱	 فناوری‌های پشتیبان مدیریت دانش
۲۵۲	 ابزارهای مدیریت دانش
۲۵۴	 نتیجه‌گیری

فصل ۸ - زیرساخت‌های پیاده‌سازی سیستم‌های اطلاعات استراتژیک

۲۵۷	 زیرساخت
۲۵۷	 معماری سازمان
۲۵۸	 معماری فناوری اطلاعات
۲۵۹	 معماری اطلاعات
۲۵۹	 مدل معماری اطلاعات
۲۶۰	 سیستم‌های میان سازمانی
۲۶۲	 انواع سیستم‌های میان سازمانی
۲۶۳	 فناوری‌های پشتیبانی از سیستم‌های میان سازمانی
۲۶۴	 تبادل الکترونیکی داده (EDI)
۲۶۵	 عناصر اصلی EDI
۲۶۶	 منابع EDI

۲۶۷		فرآیند EDI
۲۶۷		EDI اینترنت - محور
۲۶۹		مزایای EDI
۲۶۹		XML
۲۷۰		مزایای XML
۲۷۰		انعطاف پذیری
۲۷۰		قابلیت درک
۲۷۱		سادگی تخصصی
۲۷۱		نتیجه گیری
۲۷۲		منابع

فهرست شکل‌ها

عنوان

صفحه

شکل ۱-۱	تکامل سیستم‌های اطلاعات مدیریت و ویژگی‌های هر دوره	۱۰
شکل ۱-۲	دوره ۱: پردازش داده	۱۲
شکل ۱-۳	دوره ۲: سیستم اطلاعات مدیریت	۱۴
شکل ۱-۴	دوره ۳: سیستم‌های اطلاعات استراتژیک	۱۸
شکل ۲-۱	ابعاد اصلی مدیریت استراتژیک	۵۳
شکل ۲-۲	مدل عمومی برنامه‌ریزی استراتژیک	۵۴
شکل ۲-۳	الگوی جامع مدیریت استراتژیک	۶۱
شکل ۲-۴	سه سطح برنامه‌ریزی استراتژیک	۶۲
شکل ۲-۵	سطوح استراتژی در سازمان	۶۲
شکل ۲-۶	الگوی علی مزیت رقابتی بروس و تریسی	۶۷
شکل ۳-۱	پنج نیروی اثرگذار بر اهداف سازمانی	۷۷
شکل ۳-۲	ورودی‌ها و خروجی‌های برنامه‌ریزی استراتژیک سیستم‌های اطلاعات	۸۶
شکل ۳-۳	عوامل حیاتی موفقیت و نیازهای اطلاعات	۹۲
شکل ۴-۱	مدل همراستایی هندرسون و ونکاترامن	۱۱۰
شکل ۴-۲	چشم انداز اجرای استراتژی	۱۱۲
شکل ۴-۳	چشم انداز انتقال استراتژی	۱۱۳
شکل ۴-۴	چشم انداز همراستایی سطح خدمات	۱۱۳
شکل ۴-۵	چشم انداز پتانسیل رقابتی	۱۱۴
شکل ۴-۶	چشم انداز زیرساخت فناوری اطلاعات	۱۱۵
شکل ۴-۷	چشم انداز استراتژی زیرساخت فناوری اطلاعات	۱۱۵
شکل ۴-۸	چشم انداز زیرساخت سازمان فناوری اطلاعات	۱۱۵
شکل ۴-۹	چشم انداز زیرساخت	۱۱۶
شکل ۴-۱۰	چشم انداز ترکیب استراتژی سازمان	۱۱۶
شکل ۴-۱۱	چشم انداز ترکیب زیرساخت سازمان	۱۱۷
شکل ۴-۱۲	چشم انداز ترکیب استراتژی فناوری اطلاعات	۱۱۷
شکل ۴-۱۳	چشم انداز ترکیب زیرساخت فناوری اطلاعات	۱۱۷
شکل ۴-۱۴	چارچوب همراستایی استراتژیک HP	۱۱۹
شکل ۴-۱۵	مؤلفه‌های مؤثر بر اهداف استراتژیک سازمان	۱۲۰
شکل ۴-۱۶	مؤلفه‌های مؤثر بر عملکرد سازمانی با رویکرد همراستایی استراتژیک	۱۲۱
شکل ۴-۱۷	مدل همراستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب و کار کارزن و میچ	۱۲۲

شکل ۱۸-۴	مدل بلوغ همراهی استراتژیک لوفتمن	۱۲۶
شکل ۱۹-۴	معیارهای سنجش بلوغ همراهی استراتژیک لوفتمن	۱۲۷
شکل ۲۰-۴	مدل ۴C همراهی استراتژیک	۱۲۸
شکل ۲۱-۴	چارچوب همراهی استراتژیک	۱۳۰
شکل ۲۲-۴	سطوح بلوغ همراهی استراتژیک	۱۳۲
شکل ۲۳-۴	چرخه همراهی استراتژیک	۱۳۳
شکل ۱-۵	دو رویکرد اتحاد جامع وظیفه‌ای	۱۴۷
شکل ۲-۵	مزایای اتحاد استراتژیک	۱۴۹
شکل ۳-۵	محدودیت‌های (زیان‌های) اتحاد استراتژیک	۱۵۰
شکل ۱-۶	مدل پنج نیروی رقابتی پورتر	۱۶۲
شکل ۲-۶	مدل نیروهای رقابتی پورتر	۱۶۷
شکل ۳-۶	مدل زنجیره ارزش پورتر	۱۷۵
شکل ۴-۶	مدل زنجیره ارزش پورتر و SIS	۱۷۶
شکل ۵-۶	وابستگی فعالیت‌های کسب و کار در یک مؤسسه تولیدی	۱۷۹
شکل ۶-۶	سیستم ارزش: ارتباط دهنده روابط بین سازمان‌ها	۱۸۲
شکل ۷-۶	الگوی علی برتری رقابتی بروکس و تومس	۱۸۵
شکل ۸-۶	دینفعان سازمان	۱۹۲
شکل ۹-۶	چارچوب به فرصت‌های استراتژیک	۱۹۳
شکل ۱-۷	سیر تکاملی ERP	۱۹۸
شکل ۲-۷	مدل زنجیره تأمین	۲۱۳
شکل ۳-۷	مدل یکپارچه زنجیره تأمین	۲۱۶
شکل ۴-۷	چارچوبی برای تأثیر فناوری اطلاعات بر زنجیره ارزش	۲۲۲
شکل ۵-۷	انواع کاربردهای فناوری اطلاعات در زنجیره تأمین	۲۲۸
شکل ۶-۷	نحوه پشتیبانی فناوری اطلاعات از CRM	۲۳۴
شکل ۷-۷	ابزارهای هوش کسب و کار	۲۴۲
شکل ۸-۷	فرآیند شکل‌گیری هوش راهبردی	۲۴۶
شکل ۹-۷	ارتباط داده، اطلاعات و دانش	۲۴۷
شکل ۱۰-۷	گردش داده، اطلاعات، دانش	۲۴۸
شکل ۱۱-۷	چرخه سیستم مدیریت دانش	۲۵۰
شکل ۱-۸	لایه‌های معماری	۲۵۸
شکل ۲-۸	مدل معماری Synnot	۲۶۰
شکل ۳-۸	فناوری‌های مورد استفاده در سیستم‌های میان سازمانی	۲۶۴
شکل ۴-۸	فرآیند کار EDI	۲۶۸

فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار ۱-۱ مدل مراحل رشد نولان	۹
نمودار ۱-۳ فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک	۸۳
نمودار ۱-۶ شبکه مک فارلین	۱۸۷

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۱ نگرش مدیران به فناوری اطلاعات	۵
جدول ۱-۲ ویژگی‌های اساسی عصر پردازش داده‌ها	۱۳
جدول ۱-۳ ویژگی‌های اساسی عصر سیستم‌اطلاعات مدیریت	۱۵
جدول ۱-۴ عوامل اصلی در توفیق سیستم‌های اطلاعات استراتژیک:	۱۹
جدول ۱-۵ مدل توسعه سیستم‌های اطلاعات استراتژیک	۲۰
جدول ۱-۶ ویژگی‌های دوره‌های استفاده از فناوری و سیستم‌های اطلاعات در سازمان	۲۱
جدول ۱-۷ بیانیه‌ی مأموریت شرکت‌های رایانه‌ای	۲۲
جدول ۱-۸ کارکردهای مدیریت در سطوح سازمانی	۳۰
جدول ۱-۹ منابع اطلاعات	۳۵
جدول ۱-۱۰ وظایف سنتی واحد فناوری اطلاعات	۴۲
جدول ۱-۱۱ وظایف اصلی نوین واحد فناوری اطلاعات	۴۲
جدول ۱-۱۲ نمونه‌ای از مشاغل فناوری اطلاعات	۴۵
جدول ۲-۱ محدوده‌هایی که فناوری اطلاعات از نوآوری حمایت می‌نماید	۶۸
جدول ۳-۱ فرآیند برنامه‌ریزی سیستم اطلاعات استراتژیک و فعالیت‌ها	۸۲
جدول ۳-۲ مشاهدات مورد نیاز	۸۹
جدول ۴-۱ نقش مدیران و عملکرد	۱۰۵
جدول ۴-۲ معیارها و ابعاد همراستایی	۱۳۱
جدول ۴-۳ ارزیابی مدل‌ها و چارچوب‌های ارایه شده در حوزه همراستایی	۱۳۵
جدول ۶-۱ کاربرد مدل پنج نیروی پورتر در شرکت زارا (zara)	۱۷۰
جدول ۶-۲ مثال‌هایی از کاربردهای فناوری اطلاعات در زنجیره ارزش پورتر	۱۷۸
جدول ۶-۳ نقش سیستم اطلاعات استراتژیک در زنجیره ارزش	۱۸۱
جدول ۶-۴ شبکه تحلیل اِزل	۱۸۳
جدول ۷-۱ طبقات اطلاعات سیستم‌های اطلاعاتی میان سازمانی:	۲۱۹
جدول ۷-۲ کاربردهای فناوری اطلاعات در زنجیره تأمین و تأثیرات آن	۲۲۹
جدول ۷-۳ ابعاد کلیدی هوش استراتژیک	۲۴۳
جدول ۷-۴ هفت ابزار مدیریت دانش	۲۵۳