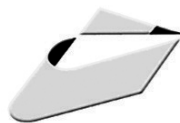


به نام خدا



مؤسسه فرهنگی هنری
دیبانگران تهران

مدیریت فناوری اطلاعات

(کاربرد فناوری اطلاعات در سازمان)

مؤلف

مهندس علی باختری

فهرست مطالب

مقدمه ناشر..... ۸

مقدمه مؤلف..... ۹

فصل اول: آشنایی با فناوری اطلاعات

۱-۱ فناوری اطلاعات..... ۱۱

۱-۲ تعریف فناوری اطلاعات و ارتباطات..... ۱۳

۱-۳ وظایف فناوری اطلاعات..... ۱۴

۱-۴ ارکان اصلی فناوری اطلاعات..... ۱۵

۱-۵ زیرساخت‌های فناوری اطلاعات..... ۱۵

۱-۶ مهندسی فناوری اطلاعات..... ۱۶

۱-۷ مدیریت فناوری اطلاعات..... ۱۶

۱-۸ مدیر ارشد فناوری اطلاعات..... ۱۶

خودآزمایی..... ۲۳

فصل دوم: مبانی مدیریت

۲-۱ تعریف مدیریت..... ۲۵

۲-۲ سیر تکوین نظریه‌های مدیریت..... ۲۶

۲-۳ سطوح مدیریت..... ۲۹

۲-۴ وظایف خاص مدیریت..... ۳۰

۲-۵ کارایی و اثربخشی..... ۳۷

۲-۶ خلاقیت و مدیریت..... ۳۸

خودآزمایی..... ۳۹

فصل سوم: مبانی سازمان

۳-۱ تعریف سازمان..... ۴۲

۳-۲ انواع سازمان..... ۴۲

۳-۳ ساختار سازمانی..... ۴۲

۳-۴ ابعاد طرح سازمان..... ۴۳

۳-۵ صف و ستاد..... ۴۶

۳-۶ گروه‌بندی واحدهای سازمانی..... ۴۷

۳-۷ سازمان‌های مکانیکی و ارگانیکی..... ۴۸

۳-۸ سازمان‌های بدون مرز (مجازی)..... ۴۸

خودآزمایی..... ۴۹

فصل چهارم: فرایندهای کسب و کار

- ۴-۱ فرایند ۵۱
- ۴-۲ وظیفه و نگرش وظیفه‌گرایی (وظیفه محوری) ۵۲
- ۴-۳ نگرش فرایندی ۵۲
- ۴-۴ فرایندهای کسب و کار ۵۳
- ۴-۵ انواع فرایندها ۵۳
- ۴-۶ رابطه و تفاوت فرایندگرایی و وظیفه‌گرایی ۵۴
- ۴-۷ مدیریت فرایندهای کسب و کار ۵۶
- ۴-۸ سیستم‌های مدیریت فرایندهای کسب و کار ۵۶
- ۴-۹ گردش کاری ۵۸
- ۴-۱۰ سیستم مدیریت گردش الکترونیکی کار ۵۸
- ۴-۱۱ مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار ۵۹
- ۴-۱۲ مراحل مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار ۶۰
- ۴-۱۳ نقش فناوری اطلاعات در مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار ۶۲
- ۴-۱۴ رابطه متقابل فناوری اطلاعات و مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار ۶۴
- ۴-۱۵ به چه روش‌هایی فناوری اطلاعات می‌تواند بر فرایندها تأثیر بگذارد؟ ۶۶
- خودآزمایی ۶۷

فصل پنجم: فناوری اطلاعات در سازمان

- ۵-۱ موقعیت‌های به‌کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان ۷۰
- ۵-۲ تأثیر به‌کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان‌ها ۷۰
- ۵-۳ برخی از عوامل عدم موفقیت فناوری اطلاعات در سازمان‌ها ۷۰
- ۵-۴ فشارهای وارد بر سازمان ۷۲
- ۵-۵ واکنش‌های سازمانی علیه فشارها ۷۴
- ۵-۶ سیستم‌های اطلاعاتی ۷۶
- ۵-۷ نقش فناوری اطلاعات در سازمان ۸۶
- خودآزمایی ۸۷

فصل ششم: مدیریت دانش

- ۶-۱ تعریف داده ۸۹
- ۶-۲ تعریف اطلاعات ۸۹
- ۶-۳ تعریف دانش ۹۰
- ۶-۴ خرد یا بینش ۹۰
- ۶-۵ انواع دانش ۹۰
- ۶-۶ چرخه تبدیل دانش ۹۱

۶-۷	دانش سازمانی	۹۲
۶-۸	مدیریت دانش	۹۳
۶-۹	فرایندهای مدیریت دانش	۹۴
۶-۱۰	تأثیر فناوری اطلاعات در مدیریت دانش	۹۵
۶-۱۱	چالش‌های استفاده از فناوری اطلاعات	۹۷
۶-۱۲	سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات و تأثیر آن بر دانش سازمانی	۹۷
۶-۱۳	ابزارهای فناوری اطلاعات در مدیریت دانش	۹۸
۶-۱۴	سیستم مدیریت دانش	۱۰۰
۶-۱۵	مراحل پیاده‌سازی سیستم مدیریت دانش در سازمان	۱۰۱
۶-۱۶	نمونه‌ای از سیستم مدیریت دانش	۱۰۲
۶-۱۸	خودآزمایی	۱۰۸

فصل هفتم: تحول سازمانی

۷-۱	تحول سازمانی	۱۰۹
۷-۲	انواع تحول در سازمان	۱۱۰
۷-۳	عوامل اصلی تحول	۱۱۰
۷-۴	فناوری اطلاعات و تحول سازمانی	۱۱۱
۷-۵	فناوری اطلاعات به‌عنوان محرک تغییر	۱۱۱
۷-۶	مقاومت در برابر تحولات	۱۱۲
۷-۷	غلبه بر عوامل مقاومت	۱۱۵
۷-۸	مدیریت تحول، فناوری اطلاعات و کسب‌وکار	۱۱۶
۷-۹	استراتژی‌های زیرساخت فناوری اطلاعات در یک سازمان جهت مدیریت تحول	۱۱۷
۷-۱۰	فرهنگ سازمانی	۱۱۹
۷-۱۲	خودآزمایی	۱۲۱

فصل هشتم: مدیریت ارتباط با مشتری

۸-۱	تعریف مشتری	۱۲۳
۸-۲	اهمیت و جایگاه مشتری	۱۲۴
۸-۳	انواع مشتری	۱۲۴
۸-۴	رضایت‌مندی مشتری	۱۲۶
۸-۵	مشتری‌مداری	۱۲۶
۸-۶	مدیریت ارتباط با مشتری	۱۲۷
۸-۷	انواع فناوری مدیریت ارتباط با مشتری	۱۲۷
۸-۸	تأثیر فناوری اطلاعات بر مدیریت ارتباط با مشتری	۱۲۸
۸-۹	مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی	۱۳۱

- ۱۰-۸ چالش‌های موجود در مسیر مدیریت ارتباط با مشتریان الکترونیکی ۱۳۳
- ۱۱-۸ چرا سازمان‌ها باید از نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتریان استفاده کنند؟ ۱۳۴
- ۱۲-۸ باشگاه مشتریان ۱۳۶
- خودآزمایی ۱۳۹

فصل نهم: مدل کسب و کار

- ۱-۹ تعریف مدل کسب و کار ۱۴۱
- ۲-۹ ساختار یک مدل کسب و کار ۱۴۲
- ۳-۹ روش‌های طراحی یک مدل کسب و کار ۱۴۵
- ۴-۹ برخی مدل‌های رایج و پایه کسب و کار ۱۴۵
- ۵-۹ طراحی مدل کسب و کار ۱۴۸
- ۶-۹ علل ناکارآمدی مدل‌های کسب و کار ۱۵۰
- ۷-۹ کسب و کار الکترونیکی ۱۵۱
- ۸-۹ مزایای محسوس کسب و کار الکترونیکی ۱۵۲
- ۹-۹ مزایای نامحسوس کسب و کار الکترونیکی ۱۵۲
- ۱۰-۹ تفاوت کسب و کار الکترونیکی و تجارت الکترونیکی ۱۵۲
- ۱۱-۹ چهار عامل برای موفقیت در کسب و کار الکترونیکی ۱۵۳
- ۱۲-۹ مزایای استفاده از مدل کسب و کار الکترونیک ۱۵۴
- ۱۳-۹ برخی مدل‌های رایج کسب و کار الکترونیکی ۱۵۵
- ۱۴-۹ کسب و کار اینترنتی ۱۵۷
- ۱۵-۹ انواع مدل‌های ارتباطی کسب و کار اینترنتی ۱۵۸
- ۱۶-۹ مدل واسطه‌گری در کسب و کار اینترنتی ۱۵۹
- ۱۷-۹ سایر مدل‌های کسب و کار اینترنتی ۱۶۰
- ۱۸-۹ دسته‌بندی راپا برای مدل‌های کسب و کار اینترنتی ۱۶۱
- خودآزمایی ۱۶۴

فصل دهم: فناوری اطلاعات در سطح استراتژیک سازمان

- ۱-۱۰ تعریف راهبرد ۱۶۶
- ۲-۱۰ مدیریت استراتژیک ۱۶۶
- ۳-۱۰ چشم‌انداز یا دور نما ۱۶۷
- ۴-۱۰ مأموریت یا رسالت ۱۶۷
- ۵-۱۰ برنامه‌ریزی استراتژیک ۱۶۷
- ۶-۱۰ تفکر استراتژیک ۱۶۷
- ۷-۱۰ تفاوت برنامه‌ریزی استراتژیک با تفکر استراتژیک ۱۶۷
- ۸-۱۰ برنامه‌ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات ۱۶۸
- ۹-۱۰ سند استراتژیک فناوری اطلاعات ۱۰۹

۱۷۰	۱۰-۱۰ نقش فناوری اطلاعات در مدیریت استراتژیک
۱۷۰	۱۰-۱۱ متدولوژی‌های برنامه‌ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات
۱۷۵	۱۰-۱۲ تعریف معماری
۱۷۵	۱۰-۱۳ معماری اطلاعات
۱۷۵	۱۰-۱۴ معماری سازمانی
۱۷۹	۱۰-۱۵ گام‌های عملی برنامه‌ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات
۱۸۲	۱۰-۱۶ همسویی بین استراتژی فناوری اطلاعات و کسب‌وکار
۱۸۲	۱۰-۱۷ مدل‌های همسویی استراتژیک
۱۸۴	۱۰-۱۸ گام‌های همسویی فناوری اطلاعات و کسب‌وکار سازمان
۱۸۵	۱۰-۱۹ مراحل رفع عدم همسویی
۱۸۷	۱۰-۲۰ طرح جامع فناوری اطلاعات
۱۹۰	خودآزمایی
۱۹۳	منابع