



Iran Management Association

خبرنامه الکترونیکی
انجمن مدیریت ایران
سال دهم
شماره ۳۵
بهار ۱۴۰۱

مدیریت



فهرست

۲	پیشگفتار
۳	استراتژی ها و تاکتیک های مذاکره
۵	پنج قانون برتر دنیا
۷	مدیریت اخلاق در سازمان
۱۰	کدهای اخلاقی در سازمان
۱۱	پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت دانشی
۱۲	حرکت به سوی واقعیت عصر جدید: ساختاردهی مجدد برای رشد
۱۴	سومین دوره DBA مدیریت دانشی در ایران
۱۵	مجمع عمومی سالیانه انجمن مدیریت ایران
۱۸	جملات مدیریتی
۱۹	اعضای جدید انجمن مدیریت ایران
۲۲	وبینارهای برگزار شده
۲۴	گردهمایی حامیان و مدیران کسب و کار
۲۶	معرفی شبکه مجازی انجمن
۲۷	انتشار مجله مدیریت شماره ۲۱۷
۲۸	دوره های آموزشی ویژه مدیریت دانشی
۲۹	فراخوان حمایت از مولفین کتب مدیریتی
۳۰	تقویم آموزشی بهار
۳۳	فراخوان جذب مقاله
۳۴	معرفی شبکه مجازی انجمن



نه تومی مانی و نه اندوه

و نه هیچ یک از مردم این آبادی
به جاب نگران لب یک رود قسم
و به کوتاهی آن خط شادی که گذشت
غصه هم خواهد رفت
سراب پیری

انجمن مدیریت ایران

طراحی و ویراستاری: فرشته رهبر

نشانی دبیرخانه: تهران، خیابان ملاصدرا، خیابان شیخ
بهایی شمالی، انتهای امداد شرقی، پلاک ۸، زنگ شماره
۴، طبقه اول.

شماره های تماس: ۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴

ایمیل: iranmanagement1339@gmail.com

پایگاه خبری: www.iranmanagement.org

کانال تلگرام: @ima1339

اینستاگرام: iran_management_association

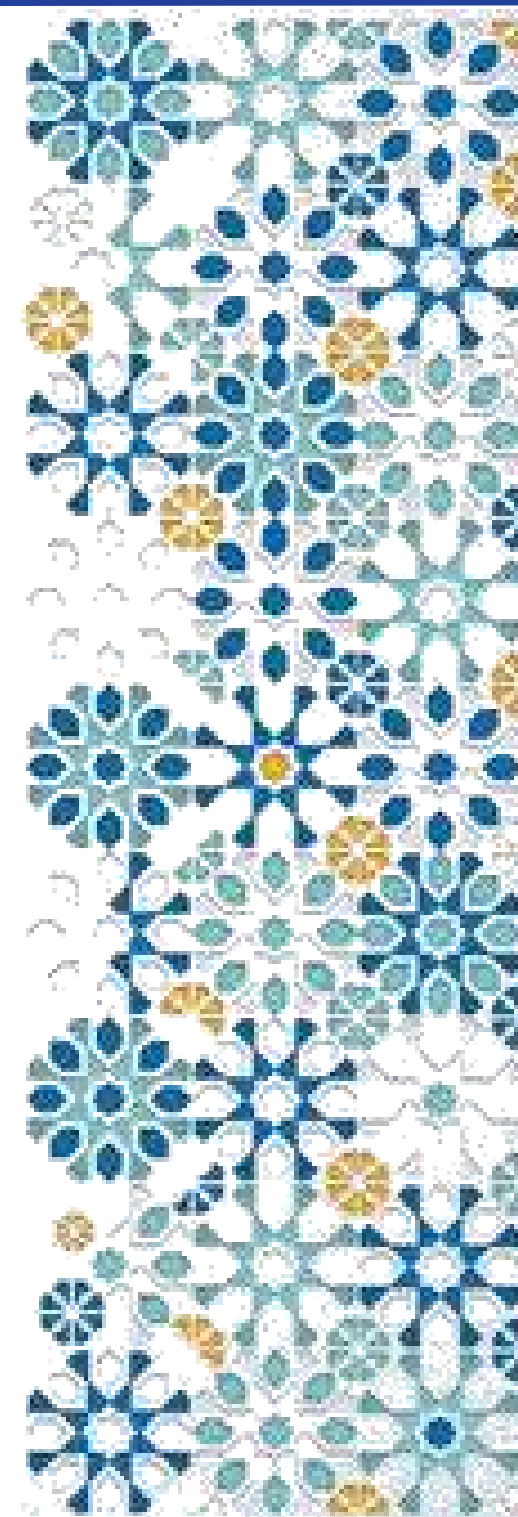
استراتژی نوآوری

یکی از ویژگی‌های استراتژی انتخاب بین تعدادی از گزینه‌های امکان پذیر برای داشتن بهترین شانس برای ”برنده شدن“ است و نوآوری تنها یکی از ابزارهای دست یابی به اهداف استراتژیک محسوب می‌شود. طبق آمار ۹۶ درصد از مدیران، نوآوری را به عنوان یک اولویت استراتژیک تعریف کرده‌اند. با این حال فقدان استراتژی نوآوری مشکل اساسی بیشتر شرکت‌هایی است که بهینه‌سازی و کسب مزیت رقابتی را در کسب‌وکار خود در اولویت قرار دادند. نوآوری ایجاد ارزش جدید است در حالی که استراتژی برنامه‌ای برای نظارت، کنترل و ارتقای اهداف سازمانی محسوب می‌شود. برای روشن‌تر شدن موضوع می‌توان گفت، استراتژی نوآوری در مورد تاکتیک‌های نوآوری، مانند راه‌اندازی یک چالش ایده نیست، بلکه بیشتر در مورد ترسیم مأموریت، چشم‌انداز و ارزش پیشنهادی سازمان برای بازارهای مشتری تعریف شده است. با ساده‌سازی و ساختاردهی نوآوری دست یابی به بهترین نتیجه ممکن، مرزهایی را برای انتظارات عملکرد نوآوری سازمانی تعیین می‌کند.

پنج مرحله برای توسعه استراتژی نوآوری سازمانی می‌تواند روند جاری سازی نوآوری را در سازمان تسهیل نماید. اول: تعیین اهداف و رویکرد استراتژیک به نوآوری. دوم: شناسایی بازار، مشتریان و رقبا. سوم: تعیین و تعریف ارزش‌های پیشنهادی. چهارم: ارزیابی و توسعه قابلیت‌های اصلی. پنجم: راه‌اندازی سیستم‌های نوآوری. برای کارآمدی استراتژی نوآوری، همسویی استراتژیک و ادغام یکپارچه با سایر روش‌های کاری امری کلیدی است.

دکتر آذر صائمان

رئیس شورای سیاست‌گذاری مجله مدیریت



استراتژی ها و تاکتیک های مذاکره

حیدر مستخدمین حسینی

فرقی ندارد کسب و کارها و تعاملاتی که در مسیر آن شکل می گیرد چه کمیتی داشته باشند؛ آنچه مهم است این است که این تعاملات و مذاکرات در روند اجرا به موفقیت برسند. گفت و گو یا مذاکره مدل های مختلفی دارد؛ برخی با زبان علم سخن می گویند برخی با زبان طنز و برخی نیز با نگاه عاطفی به مذاکرات می نگرند. اما فارغ از اینکه اهداف مذاکرات و تعاملات چه باشد، موفقیت های پس از آن را باید در گرو استراتژی ها و تاکتیک های یک مذاکره موفق دانست. اینجاست که باید بگوییم پس از تعیین اهداف در یک مذاکره باید به دنبال تعیین استراتژی های دستیابی به آن اهداف باشیم.

در این خصوص باید توجه داشت اهدافی که برای مذاکره تعیین می شوند، روی استراتژی ها و نحوه اجرای مذاکره تاثیر قابل توجهی دارند. قبل از شروع این مبحث باید تفاوت بین استراتژی و تاکتیک مورد توجه قرار گیرد. استراتژی ها برنامه هایی کلی بوده و افق زمانی بزرگی را در بر می گیرند. تاکتیک ها، گام های کوتاه تری هستند که برای حرکت در مسیر استراتژیک مذاکره، برداشته می شوند. به عنوان مثال، پس از اینکه یک مذاکره کننده تنوع موضوعات قابل مذاکره در یک قرارداد را تشخیص داده و به این قطعیت رسید که انجام یک مذاکره برنده- برنده امکان پذیر است، احتمال دارد استراتژی خود را تلاش برای تعامل و حل مشترک مساله و انجام مذاکره در فضایی غیررقابتی نیز تعریف کند. برای اجرای این استراتژی، طبیعتا تاکتیک های زیادی وجود دارد که از جمله آنها می توان شرح دقیق منافع و

خواسته ها برای طرف مقابل، پرسیدن خواسته های طرف مقابل، کسب اطلاع از اهدافی که او تمایل دارد قطعا به آنها دست یابد، گوش دادن موثر و را نام برد. همچنین، گاه تمایل در هر دو طرف برای دستیابی به توافق آنقدر زیاد است که به سادگی به توافقی دست می یابند اما وقتی نزد ذی نفعان اصلی بازمی گردند، متوجه می شوند که نتوانسته اند رضایت آنها را تامین کنند. استراتژی تسلیم نیز گرچه یک استراتژی مفید است، اما اگر تکرار آن از حالت استثناء، خارج شده و به قاعده تبدیل شود، نمی تواند منافع بلندمدت و کوتاه مدت مذاکره کننده را تامین کند. معمولا پس از مدتی استفاده از این استراتژی، طرف مقابل نیز به این سبک عادت کرده و به سادگی حاضر نخواهد شد سر میز مذاکره بنشیند. به یاد داشته باشید که اگرچه در کتاب های آموزشی مذاکره، این استراتژی ها از یکدیگر تفکیک می شوند، اما در عمل مذاکره کنندگان عموما ترکیبی از این استراتژی ها استفاده می کنند. مذاکره کنندگان بر اساس اهداف خود می توانند استراتژی مطلوب و گام های به نتیجه رساندن این استراتژی، یعنی فنون و تاکتیک های مذاکره را قبل از انجام مذاکره تعیین کنند. این کار به مذاکره کننده کمک می کند که بر مبنای نقش های از قبل طراحی شده حرکت کند و در دام ها و ترفندهای طرف مقابل، نیفتد. استراتژی ها و تاکتیک ها انواع مختلفی دارند. به هر حال، قبل از آغاز مذاکرات، حتی به صورت موقتی و آزمایشی، ترتیب استفاده از استراتژی ها و تاکتیک ها را باید تعیین کرد. ولی ترتیب اینها همیشه تابع نحوه پیشروی رویدادهای مذاکره است و پویایی مورد نظر برای مذاکره، ماهیت اهداف مذاکره یا منحصربه فرد بودن تعدد موضوعات، از جمله اساسی ترین عوامل انتخاب استراتژی و تاکتیک هاست. در این مرحله باید به چهار سوال اساسی توجه کرد: چگونه یک موضوع دشوار یا ناراحت کننده مطرح می شود؟ برای شکستن بن بست

بازنده- برنده و بازنده- بازنده بررسی کرد. استراتژی برنده- برنده بهترین نوع از حالت‌های مذاکره است که ما باید تمام تمرکزمان بر روی این نوع باشد. در استراتژی برنده- بازنده ما پیروز مذاکره خواهیم بود و طرف مقابلمان شکست خواهد خورد. در این نوع از استراتژی‌های مذاکره مشتری مجدد خرید نخواهد کرد و برای ما یک نوع تبلیغ منفی می‌شود و ارزش مشتری کاملاً پایین می‌آید. چون ما به مشتری به عنوان کوتاه‌مدت نگاه نخواهیم کرد. استراتژی بازنده- برنده نیز نوعی از استراتژی است که وقتی ما در مذاکره شکست بخوریم و طرف مقابلمان پیروز شود مطمئناً باعث آسیب‌هایی برای ما می‌شود؛ از جمله از دست دادن شغل فروشنده و یا صدمه زدن به کیفیت محصول ما که در آینده باعث ایجاد مشکل می‌شود، چه بهتر که با تمرین‌ها و استفاده از ترفندهای مذاکره همیشه یک مذاکره موفق داشته باشیم. استراتژی بازنده- بازنده نیز بدترین حالت مذاکره است که در آن یا دو طرف شکست می‌خورند و یا پس از آنکه یکی از طرفین شکست می‌خورد نمی‌گذارد طرف مقابل هم پیروز شود و باعث شکست طرف مقابل است که به قول خودمان این مذاکره با لجبازی ادامه پیدا می‌کند تا هر دو طرف به شکست برسند. بنابراین داشتن استراتژی و تاکتیک‌های مذاکره برای موفقیت در پیشبرد آن بسیار مهم است. شما در ابتدا باید بدانید که در چه جایگاهی در مذاکره قرار دارید و بسته به آن، تکنیک‌های مختلف آن را پیاده‌سازی کنید. به این ترتیب بلکه یک مذاکره‌کننده موفق باید آینده‌نگر، هوشمند و استراتژیست باشد و در هر لحظه از جلسه مذاکره بهترین استراتژی را در همان لحظه اتخاذ کند تا مسیرهای دستیابی به موفقیت را برای خود هموار کند.

یا تحرک بخشیدن به مذاکره‌ای که به رکود افتاده است، چه باید کرد؟ با چه شیوه‌هایی می‌توان در طرف مقابل تعهد اخلاقی به حصول توافق ایجاد کرد؟ اگر تحلیل اطلاعات نشان دهند که اطلاعات بیشتری لازم است، موثرترین راه برای به کارگیری تاکتیک گردآوری اطلاعات چیست؟ علاوه بر تعیین استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها باید امتیازدهی و بده بستان‌ها نیز قبل از مذاکره تعیین شوند. اگر هماهنگی و کاربرد امتیازدهی و بده بستان‌ها با استراتژی‌های تعیین‌شده به هیچ‌وجه سازگار نباشند، مجاز نیستند. همچنین برای دادن هر امتیاز باید دلایل معقولی داشته باشید. واکنش و امتیازدهی طرف مقابل را نیز پیش‌بینی کنید؛ مذاکره‌کننده برای دستیابی به هدف‌های خود از مانورهای متمرکز کوتاه‌مدت استفاده می‌کند.

برای شناسایی مذاکره اثربخش، از سه شاخص کیفیت، کارایی و توازن استفاده می‌شود. در صورتی نتایج مذاکره کیفی است که توافق عاقلانه و برای طرفین مذاکره رضایت‌بخش باشد. در صورتی مذاکره کاراست که در کوتاه‌ترین زمان و با کمترین هزینه انجام شود. در صورتی مذاکره متوازن است که روابط متقابل خوب را ایجاد کند نه آنکه مانع روابط متقابل شخصی خوب شود. اگر طرفین مذاکره نتوانند به مسائل مورد توافق دست یابند، ممکن است دچار تنگنا شوند. ولی توافق در مذاکره می‌تواند معنی و مفهوم متفاوتی داشته باشد. توافق می‌تواند به نفع یا ضرر طرفین یا یکی از آنها باشد. مذاکره اثربخش به منافع مشترک منجر می‌شود و تصمیم‌های مشترک به نفع طرفین خواهد بود. هنر مذاکره‌کنندگان به چگونگی رسیدن به این مرحله بستگی دارد. به طور کلی استراتژی‌های مذاکره را می‌توان در چهار دسته؛ برنده- برنده، برنده-

۲- قانون کیدلین (Kidlin's Law)

اگر بتوانید مشکلات خود را به طور کامل و واضح روی کاغذ بنویسید و جزییات آن را مشخص کنید، در واقع نصف مشکل را حل کرده‌اید. چنین قانونی برای جهت دادن به ذهن شما در مواقعی است که نمی‌دانید چطور مشکلات پیش آمده را حل و شرایط را مدیریت کنید. با نوشتن و شرح کامل موضوع، ذهن شما به دید درستی از مشکل می‌رسد و می‌توانید مسیر درست را بهتر تشخیص دهید.

۳- قانون گیلبرت (Gilbert's Law)

بزرگ‌ترین مشکل هنگام انجام دادن کاری، این است که کسی به شما نمی‌گوید دقیقاً باید چه کاری انجام دهید. برقرار نشدن ارتباط صحیح بین کاری که باید انجام شود و تصویری که در ذهن شما است، باعث می‌شود روند صحیحی طی نشود و نتیجه رضایت بخش نباشد.

پنج قانون برتر دنیا

گردآورنده: باران وظیفه‌شناس
خانه روانشناسان - پو شهر

تمام افراد موفق در زندگی از یک سری قوانین مشخص و برنامه‌های از پیش تعیین شده برای حفظ جایگاه خود استفاده می‌کنند. البته این موضوع نیاز به شناخت و درک درست از شرایط و نحوه رخ دادن اتفاقات اطراف ما دارد. در ادامه ۵ قانون مهم دنیا برای درک بهتر موفقیت در زندگی را می‌خوانید تا بدانید چطور می‌توانید از بروز مشکلات جلوگیری کرده یا آن‌ها را بهتر از همیشه حل کنید.

۱- قانون مورفی (Murphy's Law)

هر خطا و اشتباه ممکن در جهان رخ خواهد داد. تفسیر این قانون در واقع می‌گوید که از هر اتفاقی در زندگی‌تان بترسید، برای شما رخ می‌دهد. پس اگر احتمال بروز اشتباه یا خطایی را در هنگام انجام کاری می‌دهید، شرایط را به

ادامه

۴- قانون والسون (Walson's Law)

اگر همیشه اطلاعات و هوش را در اولویت قرار دهید، پول به طور مداوم به سمت شما خواهد آمد. فراموش نکنید که برای موفقیت در هر کاری علاوه بر هوشمندی، به آگاهی و دانش نیاز است. اگر بتوانید این دو را همیشه با هم همراه کنید، موفقیت دائمی در زندگی شما تضمین می شود.

۵- قانون فالکلند (Falkland's Law)

زمانی که مجبور نیستید درباره چیزی تصمیم بگیرید، پس بهترین کار این است که تصمیمی نگیرید. به این دلیل که تصمیمات عجولانه و ناآگاهانه در نهایت عواقب منفی و مشکلات زیادی در زندگی شما ایجاد می کند.



بسیاری از دانشمندان علم اخلاق ادعا می کنند اخلاق کار نیز از دیدگاه افراد مختلف معانی متفاوتی دارد. اما عموماً آن را شناخت درست از نادرست در محیط کار و آنگاه انجام درست و ترک نادرست می دانند.

اخلاق کار:

اخلاق کار به عنوان یکی از زمینه های دانش مدیریت به شمار می رود؛ مخصوصاً از زمان تولد نهضت مسئولیت اجتماعی در دهه ۱۹۶۰. در این دهه نهضت ها و جنبش های آگاهی بخش اجتماعی توقعات مردم را از شرکت ها بالا برد. مردم به این عقیده رسیدند که شرکت ها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی نظیر فقر، خشونت، حفاظت از محیط زیست، تساوی حقوق، بهداشت و سلامت همگانی و بهبود وضع آموزش استفاده کنند. بسیاری از مردم ادعا می کردند که چون شرکت ها با استفاده از منابع کشور به سود دست می یابند لذا به کشور مدیون بوده و برای بهبود وضع اجتماع باید کوشش کنند. بسیاری از محققان، مدیران و مدارس بازرگانی این تغییر و تحولات را درک کرده و لذا در برنامه ریزی های خود و نیز در عمل کلمه ذینفعان را که شامل جامعه ای وسیع تر اعم از کارمندان، مشتریان و تامین کنندگان می شود جایگزین کلمه سهامداران کرده اند.

مدیریت اخلاق در سازمان

مدیریت اخلاق در محیط کار منافع بسیار زیادی برای رهبران و مدیران دارد؛ اعم از منافع عملکردی و منافع اخلاقی. این مطلب بخصوص در عصر حاضر که مدیران با ارزش های بسیار متنوعی در محیط کار سروکار دارند صادق است. اما تاکنون کسانی که به مباحث اخلاق کار پرداخته اند فلاسفه، دانشگاهیان و منتقدان اجتماعی بوده اند و نه مدیران. در نتیجه بسیاری از مطالبی که تا به امروز درباره اخلاق کار نوشته شده مطابق با نیازهای عملی مدیران و رهبران سازمان ها نیست. هدف این مقاله کمک به مدیران برای وارد شدن به این بحث است.

اخلاق، به طور ساده و خلاصه، شامل شناخت صحیح از ناصحیح و آنگاه انجام صحیح و ترک ناصحیح است. تشخیص درست از غلط همیشه ساده نیست.

ادامه

اخلاق کار بیشتر یک موضوع دینی است تا مدیریتی: هدف برنامه اخلاق سازمان ها تغییر عقاید و ارزش های مردم نیست بلکه هدف، مدیریت ارزش ها و رفع تعارضات بین آنها در سازمان است.

کارکنان ما با اخلاق هستند لذا ما نیازی به توجه به اخلاق کار نداریم: اغلب معضلات اخلاقی که مدیران در محیط کار با آنها روبرو می شوند بسیار پیچیده هستند. تعارضات اخلاقی موقعی به وجود می آید که:

(الف) بین علائق مختلف تعارض ارزشی وجود داشته باشد.

(ب) تعدادی راهکار واقعی وجود دارد که همگی به یک اندازه قابل توجیه هستند.

(ج) شرایط موجود پیامدهای مهمی برای ذی نفعان داشته باشد.

برخی دیدگاه ها در مورد اخلاق کار

اخلاق کار عبارت است از نصیحت کردن آدم های بد توسط آدم های خوب: مدیران موفق می دانند که افراد خوب هم ممکن است کارهای بدی انجام دهند مخصوصاً در مواقع استرس و سردرگمی. (استرس و سردرگمی دلیل کارهای غیراخلاقی هستند اما توجیه کننده آنها نیستند).

اخلاق کار همانند دیگر رشته ها و زمینه های مدیریت به دنبال یک نیاز به وجود آمد. با پیچیده تر و پویاتر شدن تجارت، سازمان ها فهمیدند که به راهنمایی هایی جهت انجام کارهای صحیح (از نظر اخلاقی) و پرهیز از کارهای غلط و مضر برای دیگران نیاز دارند و لذا اخلاق کار متولد شد.

دو زمینه عمل گسترده اخلاق کار

۱ - شرارت های مدیریتی: در این حوزه اعمال غیرقانونی، غیراخلاقی یا سوال برانگیز مدیران، همچنین انگیزه های چنین رفتارهایی و راه های ریشه کن کردن آنها مورد بحث قرار می گیرد.

۲ - معضلات اخلاقی: شامل مشکلات و مسائل اخلاقی می شود که مدیران هر روز با انواعی از آنها مواجه هستند مانند تعارض منافع، استفاده ناصحیح از منابع و نقض قراردادها و موافقتنامه ها.

عقاید غلط درباره اخلاق کار

عقاید غلطی درباره اخلاق کار وجود دارد که منشأ آنها عمدتاً دو چیز است. یکی عدم فهم صحیح مفهوم اخلاق و دیگری برداشت های سطحی و کوتاه بینانه از معضلات اخلاقی. برخی از این عقاید غلط عبارتند از:

مدیریت اخلاق در محیط کار فواید عملی چندانی ندارد:

مدیریت اخلاق در محیط کار شامل شناسایی و اولویت بندی ارزش ها برای هدایت رفتارها و تدوین خط مشی ها و رویه هایی برای مطمئن شدن از انجام این رفتارهاست. مدیریت اخلاق در دیگر زمینه های مدیریتی و برنامه ریزی استراتژیک نیز بسیار اهمیت دارد.

اخلاقیات را نمی توان مدیریت کرد:

اخلاقیات مدیریت می شوند اما اغلب به صورت غیرمستقیم. مثلاً رفتار بینان گذار سازمان یا رهبر فعلی سازمان بر رفتار کارکنان در محیط کار به شدت تاثیر می گذارد و حتی هدایت کننده رفتار آنهاست؛ اولویت های استراتژیک (حداکثر کردن سود، افزایش سهم بازار، کاهش هزینه ها و...) تاثیر زیادی بر اخلاق کارکنان دارد؛ قوانین و مقررات مستقیماً بر رفتارها در جهت اخلاقی تر شدن (به گونه ای که ضرر و زیان ناشی از رفتارها بر اجتماع به حداقل برسد) موثر است.

اخلاق کار همان مسئولیت اجتماعی است:

مسئولیت اجتماعی جنبه های عملی مدیریت اخلاقیات در محیط کار نظیر تدوین کدهای اخلاق و رفتار، روزآمد کردن خط مشی ها و رویه ها، راهکارهای حل معضلات اخلاقی و غیره را پوشش نمی دهد.

سازمان ما مشکل قانونی ندارد، بنابراین، ما اخلاقی هستیم:

شخص می تواند در چارچوب قانون عمل کند و درعین حال اعمالش غیراخلاقی باشد ضمن آنکه معمولاً شکستن قانون در ابتدا با بی توجهی به رفتارهای غیراخلاقی آغاز می شود.



کد های اخلاقی در سازمان

- * ارزش هایی را که بر اساس یافته های فرآیند برنامه ریزی استراتژیک مورد نیاز هستند شناسایی کنید.
- * ارزش های اخلاقی را که برای ذی نفعان (کارکنان، مشتریان، تأمین کنندگان، جامعه محلی) مهم هستند لحاظ کنید.
- * ارزش های اخلاقی را که در سازمان از بالاترین اولویت برخوردارند گردآوری کنید.
- * کد اخلاق را تشکیل دهید. برای هر یک از ارزش ها دو نمونه رفتاری که منعکس کننده آن ارزش باشند مثال بزنید. متن کد اخلاق باید این مطلب را نشان دهد که از همه کارکنان انتظار می رود از ارزش های مذکور در کد پیروی کنند .
- * از افراد کلیدی سازمان بخواهید کد را مورد بررسی و بازنگری قرار دهند. تا جایی که ممکن است از افراد بیشتری در این باره کمک بگیرید.
- * کد اخلاق را اعلام و در میان همه کارکنان انتشار دهید.
- * حداقل سالی یکبار کدها را روزآمد کنید.
- * کد رفتار شامل رفتارهایی است که مطلوب سازمان بوده و باید در محیط کار انجام شوند. برخی از کد های رفتار می تواند شامل نوع پوشش کارکنان در محیط کار، حفظ و رعایت ارزش مستریان، پیروی از دستورات مافوق، عدم قبول رشوه، عدم استفاده از اموال سازمان برای مصارف شخصی، گزارش دادن اعمال غیر قانونی و نام برد.

کد اخلاق شامل مجموعه ارزش هایی است که نسبت به دیگر ارزش ها برای سازمان در اولویت تشخیص داده شده است و باید توسط کارکنان و مدیران پیروی شوند، ارزش هایی چون صداقت، درستی، عمل به وعده، وفاداری و احترام و ...

برای تدوین کد اخلاق موارد زیر را باید مد نظر داشت :

- * ارزش هایی را که لازم است با قوانین ومقررات مرتبط هماهنگ شوند، بازنگری کنید. این باعث می شود مطمئن شوید که سازمان شما قانون شکنی نمی کند.
- * در هر زمینه ای ببینید کدام ارزش ها، رفتارهای اخلاقی مطلوب آن زمینه را ایجاد می کنند، برای مثال در مورد حسابداران باید دید کدام ارزش ها باعث می شود که آنها بی طرفی، حفظ اسرار و درستی را در کار خود رعایت کنند.
- * ارزش هایی را که برای حل و فصل مسائل و معضلات جاری سازمان مورد نیاز هستند شناسایی کنید.



انجمن مدیریت ایران "پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت دانشی با رویکرد حاکمیت نوآوری" را در تاریخ ۲۰ مهرماه ۱۴۰۱ با همکاری دانشگاه خاتم و انجمن مدیریت دانش اتریش و با حضور شرکت های برتر فعال در حوزه مدیریت دانشی و حمایت سازمان ها و مراجع علمی و ذی صلاح کشوری، اساتید و صاحب نظران مدیریت و مدیران ارشد سازمان ها برگزار می نماید. اهداف کنفرانس به شرح زیر می باشد:

- * ارتقاء دانش مدیران از طریق ارائه پژوهش های نوآورانه دانشی؛
- * ارتقاء عملکرد سازمانی در حوزه مدیریت دانشی؛
- * تعامل و گفتگو در زمینه آخرین یافته های حاکمیت و نوآوری در سازمان دانشی.

جهت همکاری در زمینه های مختلف و کسب اطلاعات بیشتر و یا برگزاری جلسه می توانید با واحد دانشی انجمن با تلفن های ۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴ تماس حاصل فرمایید.

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت دانشی KM4D
(با رویکرد حاکمیت نوآوری)

5th International Conference On Knowledge Based Management (KM4D)
(Innovation Governance Approach)

۲۰ مهرماه ۱۴۰۱
Tehran- IRAN
October 12, 2022

اهداف کنفرانس:

- ارتقاء دانش مدیران از طریق ارائه پژوهش های نوآورانه دانشی؛
- ارتقاء عملکرد سازمانی در حوزه مدیریت دانشی؛
- تعامل و گفتگو در زمینه آخرین یافته های حاکمیت و نوآوری در سازمان دانشی.

محورهای کنفرانس در مدیریت دانشی:

- رویکردهای نوآورانه؛
- ابتداء و فرآیندهای فرهنگ نوآوری؛
- مدل های دانش حکمرانی خوب؛
- کاربست های مدیریت نوآوری؛
- تحولات انتقال چابک دانش سازمانی؛
- زنجیره ارزش در مدیریت دانشی؛
- پویایی دانش به سوی خرد عملی.

• مهلت ارسال مقالات: شهریور ماه ۱۴۰۱
• آخرین مهلت ثبت نام در کنفرانس: ۲۰ شهریور ماه ۱۴۰۱

آدرس: تهران، خیابان ملاسرا، خیابان شیخ بهایی شمالی، کوچه امامعلی، پلاک ۴، طبقه اول واحد ۴
تلفن: ۸۶۰۵۱۴۶۴ - ۸۸۲۱۰۸۵۰
Email: iranmanagement1339@gmail.com

سپس اقدام ملموسی انجام دهند. چهار روند کلیدی از نظر ایجاد تاب‌آوری در آینده متمایزکننده خواهند بود. با توجه به اهمیتی که آن‌ها برای تقریباً هر مدل کسب‌وکاری دارند، مدیران نباید مسیر این روندها را هنگام توسعه برنامه تحول خود گم کنند.

* شتاب چشم‌گیر دیجیتالی شدن؛

* انگیزه قوی برای بومی‌سازی عملیات؛

* اهمیت روزافزون اهداف زیست‌محیطی، اجتماعی و حکمرانی برای تقویت پایداری و ایجاد ارزش؛

* افزایش انعطاف‌پذیری و همکاری با پذیرش فزاینده روش‌های جدید کار موج بازسازی و دگرگونی بنیادی کسب‌وکار که در شرف شاهد آن هستیم، شبیه آنچه قبلاً دیده‌ایم نخواهد بود. دوران تمرکز مطلق بر شاخص‌های عملکرد کلیدی مالی و هدفی برای بقا تا بازگشت سرمایه گذشته‌است. اکنون، پیکربندی مجدد مدل کسب‌وکار هنگام اجرای اقدامات بازسازی، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ و هدف این است که اساساً آن را به سمت کسب‌وکار جدید و زمینه‌های رشد تغییر دهید. بنابراین مدیران باید استراتژی، قابلیت‌ها و فرهنگ شرکت خود را بازنگری کنند. علاوه بر این، از آنجایی که تیم‌ها و بخش‌های مختلف یک شرکت احتمالاً تحت تأثیر تغییرات فعلی و آتی متفاوت هستند، هر یک از جنبه‌های عملیات احتمالاً نیازهای بازسازی

حرکت به سوی واقعیت عصر جدید: ساختاردهی مجدد برای رشد

مهدی جوادفر

کارشناس ارشد برنامه‌ریزی و تحلیل کسب‌وکار فنا

تغییرات تحول‌آفرین در دو سال اخیر، تجدید ساختار را به فرصتی برای ارزش‌آفرینی تبدیل کرده‌است. کووید-۱۹ منجر به آزمایش اقتصادها و صنایع برای بررسی حد انعطاف‌پذیری و آشکارسازی نقاط ضعف آن‌ها شد. در گذشته شاید تجدید ساختار به عنوان نشانه‌ای از شکست تلقی می‌شد، با این حال، آشفتگی اقتصادی و اجتماعی در سال‌های اخیر باعث شد رهبران شرکت‌ها در همه صنایع، تجدید ساختار را به عنوان یک فرصت فوق‌العاده برای تغییر شکل کسب‌وکار خود برای یک دوره جدید ببینند. این تغییر می‌تواند شکاف‌هایی را که رسیدگی به آن‌ها دشوار است و یا قبل از بحران انباشته شده‌اند، برطرف نموده و ابزار قدرتمندی برای ایجاد پایه و اساس رشد پایدارتر در آینده باشد.

برای تنظیم مجدد موفقیت‌آمیز کسب‌وکارها برای رشد، هر برنامه تغییری نیاز به تحقیق دقیق و تفکر دارد. کاهش هزینه‌ها یا سرمایه‌گذاری به تنهایی کافی نیستند. در عوض، شرکت‌ها باید همه گزینه‌های موجود را به دقت ارزیابی کنند و

۱- با دیدگاه ارزشی شروع کنید. یک موضع روشن در مورد اینکه کجا و چگونه ارزش در آینده ایجاد می شود در مقایسه با نحوه ایجاد ارزش امروزی ایجاد کنید. کدام محصولات/خدمات، بازارها و مشتریان ارزش سودآوری می افزایند و کدام نه؟ از این بینش برای هدایت انتخاب های سرمایه گذاری خود استفاده کنید.

۲- سناریوهای سودآور آینده را برای تعیین اهداف درست شبیه سازی کنید. مدل سازی سناریوهای مختلف به طور کل نگر، چابکی و توانایی پاسخگویی به ساختار شکنی بعدی در برنامه را ایجاد می کند.

۳- مبنای صفر ساختار هزینه مقرون به صرفه، برای هر بخش کسب و کار متمایز است. در مورد انتخاب های محل سرمایه گذاری و ورود و خروج به موقع در راستای چشم انداز ارزشی خود عمل کنید.

۴- اقدام را در سراسر زنجیره ارزش انجام دهید. در هر زمینه ای از کسب و کار دست به کار شوید، نوآوری، تولید، فروش، خدمات و ارائه را دوباره هماهنگ کنید. برای اینکه واقعاً در یک موقعیت قدرتمند ظاهر شوید، باید هر بخش از کسب و کار را به چالش بکشید، سازمان را متحول و نتایج را مشخص کنید.

شرکت ها برای رشد برنامه ریزی می کنند و افزایش قابل توجهی در اهمیت تحول در دستور کار آنها وجود دارد.

تمرکز اصلی بر ساخت مدل های کسب و کاری جدید و تطبیق مدل عملیاتی برای رقابت با قابلیت های جدید دیجیتالی فعال در آینده است.

اهداف کارایی محدود هستند، آنها بر روی افراد و عملیات کسب و کاری که توسط فناوری فعال شده اند متمرکز هستند.

بحران های قبلی به وضوح نشان می دهند که چگونه شرکت هایی که جسورانه و زود هنگام عمل می کنند، قوی تر و در موقعیت بهتری برای شکوفایی پس از آن ظاهر می شوند. با این حال، بسیاری از شرکت ها برای بقای خود، هزینه ها را کورکورانه کاهش می دهند، که قابلیت آنها را برای برگشت به وضع قبل تضعیف می کند. دیگران به دنبال معاملات و سرمایه گذاری هستند تا ارزش خود را افزایش دهند. این نوع تجدید ساختار سنتی تقریباً همیشه منجر به تخریب ارزش می شود و انرژی و روحیه سازمان را در نامناسب ترین زمان از بین می برد.

در عوض، بازسازی مبتنی بر ارزش یک مدل سریع و مؤثر برای ایجاد تعادل مناسب در هنگام کاهش هزینه ها و ایجاد مسیری قوی برای رشد پایدار و سودآور ارائه می دهد. بر اساس یک رویکرد چهار مرحله:



دانشگاه خاتم با همکاری
انجمن مدیریت ایران برگزار می نماید.



سومین دوره DBA مدیریت دانشی در ایران (گرایش سرمایه انسانی)

The Third DBA Course in
Knowledge Based Management in Iran
(Human Capital)

دوره ها پنجشنبه هر هفته
به صورت مجازی و
حضور می باشد.

تعداد واحدهای درسی
۱۶ درس ۲ واحدی
می باشد که دانشجویان
در مجموع ۳۸۴ ساعت
می گذرانند.

مدت این دوره یکساله
می باشد.



دانش پذیران می توانند
گواهی نامه دانشگاه خاتم
با اعتبار وزارت علوم،
تحقیقات و فناوری
دریافت نمایند.

شروع دوره ها:
از مهر ماه ۱۴۰۱
مهلت ثبت نام:
حداکثر تا تاریخ
۱۴۰۱/۰۶/۱۲
شماره تماس جهت ثبت نام و
کسب اطلاعات پیش تر:
۸۶۰۵۱۴۶۴ و ۸۸۲۱۰۸۵۰

انجمن مدیریت ایران در راستای ایفای نقش مرجعیت علمی خود و با هدف ارتقاء سطح مدیریت دانشی و خلق ارزش برای توسعه فردی و سازمانی، تخصص و مهارت های مدیریت دانشی کارکنان و مدیران سازمان ها، پس از اجرای موفقیت آمیز چهار دوره جایزه و کنفرانس بین المللی مدیریت دانشی با همکاری انجمن مدیریت دانش اتریش و همچنین برگزاری دو دوره DBA مدیریت دانشی در ایران با همکاری دانشگاه خاتم و با توجه به استقبال متقاضیان این دوره در نظر دارد سومین دوره DBA مدیریت دانشی را با گرایش سرمایه انسانی را برگزار نماید.

شروع این دوره یکساله از مهر ماه ۱۴۰۱ در روزهای پنج شنبه هر هفته به صورت حضوری و مجازی برگزار خواهد بود. در این دوره دانشجویان ۱۶ درس ۲ واحدی را در مجموع ۳۸۴ ساعت می گذرانند دانش پذیران پس از اتمام این دوره گواهی نامه دانشگاه خاتم با اعتبار وزارت علوم و تحقیقات و فناوری را دریافت خواهند نمود.

به اطلاع متقاضیان محترم می رساند مهلت ثبت نام در این دوره حداکثر تا تاریخ ۱۲ شهریور ۱۴۰۱ می باشد. جهت ثبت نام و کسب اطلاعات بیشتر با بخش آموزش دبیرخانه انجمن با شماره های ۸۸۲۱۰۸۵۰-۰۲۱ و ۸۶۰۵۱۴۶۴-۰۲۱ تماس حاصل فرمائید.

مجمع عمومی عادی سالیانه انجمن مدیریت ایران برگزار شد



مجمع عمومی سالیانه انجمن مدیریت ایران در تاریخ ۲۸ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ در محل دانشگاه خاتم، با حضور جمعی از استادان و مدیران عضو انجمن مدیریت ایران به صورت حضوری و برخط برگزار شد.

مجمع عمومی سالیانه انجمن مدیریت ایران در تاریخ ۲۸ اردیبهشت ۱۴۰۰، در محل دانشگاه خاتم و با حضور جمعی از استادان و مدیران عضو انجمن مدیریت ایران به صورت حضوری و برخط برگزار شد.

در این مراسم آقایان مهندس پرویز گلستانی، دکتر حسین اعرابی، خسرو صابری و جاوید جهانبخش، به عنوان هیئت رئیسه مجمع حضور یافتند. ابتدای جلسه آقای مهندس پرویز بیات دبیرکل انجمن مدیریت ایران به صورت آنلاین (برخط) به ارائه گزارشی از عملکرد انجمن مدیریت ایران در سال ۱۴۰۰ پرداختند.





در ادامه این مراسم آقای دکتر مجید قاسمی رییس هیأت مدیره انجمن مدیریت ایران و رییس دانشگاه خاتم، طی سخنانی به عملکرد انجمن در طی سالهای گذشته اشاره و سیاست های کلی انجمن را برای حاضرین در جلسه مطرح نمودند. همچنین آمادگی انجمن برای دریافت پیشنهادات و نظرها جهت بهبود و پیشبرد اهداف را اعلام و مشارکت بیشتر اعضای انجمن را در حوزه های مختلف خواستار شدند.

همچنین بازرس انجمن، گزارش مالی سال ۱۴۰۰ را قرائت و خانم دکتر آذر صائمان قائم مقام دبیرکل انجمن نیز گزارشی پیرامون سند راهبردی ملی و بین المللی انجمن و همچنین برنامه های آتی آن را ارائه کردند.



جملات مدیریتی بریان تریسی

یادگیری مداوم حداقل شرط لازم برای موفقیت در هر زمینه ای است
که در آن فعالیت می کنید؛ هر روز چیز جدیدی بیاموزید.

بهترین راه پیش بینی آینده، ساختن آن است.

مشکلات ما را متوقف نمی کنند، بلکه به ما آموزش می دهند.

اعضای جدید انجمن مدیریت ایران

ردیف	نام	نام خانوادگی	نوع عضویت	مدرک	رشته
۱	سید علی	هاشمی	دانشجویی	کارشناسی	مدیریت بازرگانی
۲	مهناز	کریمی	وابسته	دکتر	مدیریت دولتی
۳	مسعود	جمالی	دانشجویی	دانشجو دکتر	مدیریت بازاریابی
۴	عزیزالله	افضلی	وابسته	دکتر	مدیریت صنعتی
۵	فراز	صادقی مقدم	وابسته	ارشد	علوم سیاسی
۶	سید امیر حسین	میرکمال	وابسته	ارشد	مدیریت بازرگانی
۷	بهزاد	علی پور	وابسته	دانشجو دکتر	اقتصاد
۸	بهاره	صائمان	وابسته	کارشناسی	مدیریت
۹	حمیدرضا	چاوشی پور	دانشجویی	کارشناسی	حقوق
۱۰	پویان	جمشیدی	وابسته	دکتر	کسب و کار
۱۱	مهدیه	عبادوز	وابسته	ارشد	تکنولوژی آموزشی
۱۲	فرزاد	آرامش	دانشجویی	ارشد	مدیریت دولتی
۱۳	محمد	شاه رضا قمشه ای	دانشجویی	ارشد	مهندسی و مدیریت ساخت
۱۴	ابوالفضل	پروانه	وابسته	ارشد	مدیریت امور دفاعی
۱۵	سعید	تقی زاده	وابسته	کارشناسی	مدیریت صنعتی
۱۶	ابراهیم	بدوی	وابسته	ارشد	مدیریت استراتژیک
۱۷	پیام	رستمی چری	وابسته	ارشد	مدیریت مالی
۱۸	بهنام	جعفری	وابسته	ارشد	مدیریت کسب و کار
۱۹	ساسان	سپاسی	وابسته	ارشد	مدیریت صنعتی
۲۰	میثم	امیری پریان	وابسته	کارشناسی	مدیریت فناوری

اعضای جدید انجمن مدیریت ایران

ردیف	نام	نام خانوادگی	نوع عضویت	مدرک	رشته
۲۱	وحید	آقازاده	دانشجویی	دکترا	مدیریت دولتی
۲۲	سید رضا	موسوی فرد	دانشجویی	ارشد	کارآفرینی
۲۳	مسعود	بزم آرا	دانشجویی	ارشد	مدیریت فناوری
۲۴	مسعود	پیردستان	وابسته	دکترا تخصصی	مدیریت کسب و کار
۲۵	زینب	توکل	وابسته	ارشد	طراحی پارچه
۲۶	رضا	بابادی سلطان پور	دانشجویی	ارشد	مدیریت دولتی
۲۷	محمدرضا	سمیعی	دانشجویی	دانشجو دکترا	مدیریت مالی
۲۸	محمد	جوان صفاری	وابسته	کارشناسی	مهندسی نرم افزار
۲۹	یوسف	تبریزی	دانشجویی	ارشد	DBA
۳۰	محمود	داوری	دانشجویی	ارشد	مدیریت دولتی
۳۱	وحید	نگهداری	دانشجویی	کارشناسی	مهندسی تکنولوژی
۳۲	پویان	مافی بالانی	وابسته	دکترا	DBA
۳۳	حسین	عبادی فر	وابسته	ارشد	مدیریت کارآفرینی
۳۴	مراد	امیدی میرزایی	وابسته	ارشد	مدیریت بازرگانی
۳۵	میلاد	حاتمی فر	دانشجویی	دکترا	مدیریت دولتی
۳۶	عمران	پیرزاده	دانشجویی	ارشد	مدیریت بازرگانی
۳۷	امیررضا	کرباسی	وابسته	ارشد	مدیریت بازرگانی

اعضای جدید انجمن مدیریت ایران

ردیف	نام	نام خانوادگی	نوع عضویت	مدرک	رشته
۳۸	سید علیرضا	هاشمی یرکی	دانشجویی	ارشد	مدیریت مالی
۳۹	ثریا	اسدی	دانشجویی	دانشجو دکترا	مدیریت دولتی
۴۰	امیررضا	ملکی	وابسته	ارشد	مدیریت دولتی
۴۱	مهوش	حاتمی	دانشجویی	دانشجو دکترا	مدیریت آموزشی
۴۲	اشین	باقراطونی	دانشجویی	دانشجو دکترا	مدیریت بازرگانی
۴۳	محمد	امید دوست	وابسته	ارشد	حسابداری
۴۴	سکینه	بابائی	دانشجویی	دانشجو دکترا	مدیریت ورزشی
۴۵	سید کامران	یگانگی	وابسته	دکتری	مدیریت گرایش آینده پژوهی
۴۶	رضا	قربانپور	دانشجویی	کارشناسی	الکترونیک
۴۷	محمد	تقوائی	وابسته	دکتری حرفه ای	مدیریت کسب و کار
۴۸	محمد حسین	شادمان فر	دانشجویی	ارشد	مکاترونیک
۴۹	زینب	اسماعیلی	وابسته	کارشناسی	حسابداری
۵۰	الهه	بحری	وابسته	فوق دیپلم	فناوری اطلاعات
۵۱	حمیدرضا	محترم	وابسته	فوق دیپلم	تربیت بدنی

اجرا شده

این وبینار به صورت رایگان برای اعضای انجمن برگزار گردید.
سر فصل های مطرح شده:

- * تیزبین بودن مدیران بزرگ؛
- * علل ترک کارکنان سازمان؛
- * اشخاص تاثیرگذار در قدردانی؛
- * دلبستگی و دلزدگی کارکنان؛
- * روش های قدردانی از کارکنان؛
- * نمونه هایی از قدردانی در شرکت های بزرگ؛
- * کلیپ های آموزشی مرتبط.

آقای خانی با ارائه مثال هایی از کسب و کارهای داخلی و بین الملل
به تشریح سرفصل ها پرداختند.

ضمن تشکر از شرکت کنندگان این دوره آموزشی به اطلاع
می‌رساند حاضرین در جلسه می‌توانند جهت دریافت گواهینامه با
بخش آموزش دبیرخانه انجمن تماس حاصل نمایند.



انجمن مدیریت ایران

کارکنان نامرئی

تعهد، مشارکت، احترام و قدردانی سازمانی



رضا خانی

مشاور و مدرس مدیریت

سرفصل ها:

- تیزبین بودن مدیران بزرگ؛
- علل ترک کارکنان سازمان؛
- اشخاص تاثیرگذار در قدردانی؛
- دلبستگی و دلزدگی کارکنان؛
- روش های قدردانی از کارکنان؛
- نمونه هایی از قدردانی در شرکت های بزرگ؛
- کلیپ های آموزشی مرتبط.

❖ تاریخ برگزاری: سه شنبه ۲۰ اردیبهشت ماه
❖ زمان برگزاری: ۱۴ الی ۱۶
❖ به صورت آنلاین
❖ علاقمندان می‌توانند جهت ثبت نام با تلفن های ۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴ تماس حاصل نمایند.
❖ برای شرکت کنندگان گواهی حضور در برنامه صادر می‌گردد.

آدرس:
تهران- خیابان ماسندران- خیابان شیخ بهایی شمالی، کوچه امداد شرقی، پلاک ۸، واحد ۴
تلفن:
۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴

Website:
www.iranmanagement.org
Email:
iranmanagement1339@gmail.com



وبینار آموزشی با موضوع کارکنان نامرئی در تاریخ سه شنبه ۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۱ با حضور تعدادی از اعضای انجمن و علاقه مندان و دانش پژوهان حوزه مدیریت به صورت بر خط توسط مشاور و مدرس مدیریت جناب آقای رضا خانی کارشناس ارشد رشته مدیریت دولتی-گرایش تحول اداری برگزار شد.

سر فصل های مطرح شده:

- * بازتعریف هویت شغلی؛
- * تقابل ارزش های بنیادین فکری؛
- * متخصصین مستعد؛ سرمایه های گریزان؛
- * نسل نوآور، نسل بی چهارچوب، نسل Z.

سرکار خانم نازلی ابراهیمی در این دوره به تشریح کامل سرفصل های عنوان شده با مثال های کاربردی پرداختند همچنین توضیحات کامل و جامعی را در خصوص نیازهای شغلی و راه های برآورده سازی این نیازها برای نسل جدید ارائه نمودند.

ضمن تشکر از شرکت کنندگان این دوره آموزشی به اطلاع می رساند حاضرین در جلسه می توانند جهت دریافت گواهینامه با بخش آموزش دبیرخانه انجمن تماس حاصل نمایند.

اجرا شده

افسانه مسیر شغلی؛ نگاهی نو به بهبود تجربه کاری سرمایه های انسانی



نازلی ابراهیمی

بنیان گذار و مدیرعامل موسسه آموزشی
فازینو، مدرس سازمان ملل متحد و
فارغ التحصیل MBA از دانشگاه مالایا در
مالزی

تاریخ برگزاری: سه شنبه ۳۰ فروردین ماه ۱۴۰۱

زمان برگزاری: ۱۴ الی ۱۶
به صورت آنلاین

هدف:

- شناخت و برآورده سازی نیازهای شغلی نسل جدید

سرفصل ها:

- بازتعریف هویت شغلی؛
- تقابل ارزش های بنیادین فکری؛
- متخصصین مستعد؛ سرمایه های گریزان؛
- نسل نوآور، نسل بی چهارچوب، نسل Z.

آدرس: تهران، خیابان ملاصدرا، خیابان شایگان، شعبه شغلی، کوچه امینالطریق، پلاک ۲۸، واحد ۲؛ تلفن: ۰۲۱-۵۱۴۶۴۰۰ و ۰۲۱-۸۸۲۱۰۸۵۰
Website: www.iranmanagement.org
Email: iranmanagement333@gmail.com

• علاقمندان می توانند جهت ثبت نام با تلفن های ۰۲۱-۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۰۲۱-۵۱۴۶۴۰۰ تماس حاصل نمایند.
• برای شرکت کنندگان گواهی حضور در برنامه صادر می گردد.

وبینار آموزشی با موضوع افسانه مسیر شغلی با نگاهی نو به بهبود تجربه کاری سرمایه های انسانی در تاریخ سه شنبه ۳۰ فروردین ۱۴۰۱ با حضور تعدادی از اعضای انجمن و علاقه مندان و دانش پژوهان حوزه مدیریت به صورت بر خط برگزار شد. این وبینار که به صورت رایگان برای اعضای انجمن و توسط سرکار خانم نازلی ابراهیمی بنیان گذار و مدیرعامل موسسه آموزشی فازینو، مدرس سازمان ملل متحد و فارغ التحصیل MBA از دانشگاه مالایا در مالزی برگزار شد.

نکات کلیدی برای مدیران:
با همه اعضای تیم تان رفتار محترمانه داشته باشید

گردهمایی حامیان و مدیران کسب و کار

توسط انجمن حمایت از کودکان کار با همکاری انجمن مدیریت ایران برگزار شد



نخستین گردهمایی حامیان و مدیران کسب و کار به میزبانی انجمن مدیریت ایران و دانشگاه خاتم و به همت انجمن حمایت از کودکان کار برگزار شد.

این گردهمایی برای گرامیداشت روز جهانی مبارزه با کار کودک در تاریخ ۲۲ خرداد ۱۴۰۱ در دانشگاه خاتم برگزار شد. در ابتدا خانم دکتر صائمیان قائم مقام دبیرکل انجمن مدیریت ایران به آمار و ارقام کودکان کار در دنیا اشاره کرد و گفت: ۱۶۰ میلیون کودک در دنیا مشغول کار هستند که از این تعداد ۷۹ میلیون در معرض کارهای خطرناک هستند.

وی افزود: متأسفانه وضعیت نامناسبی برای کودکان کار وجود دارد و یک سوم آنها از شرایط تحصیلی محروم هستند. خبر نگران کننده این است که ۲۰ درصد از کودکان کار پسر کارهای خطرناک انجام می دهند.

صائمیان بیان داشت: ۶۰ درصد از کودکان کار رده سنی ۵ تا ۱۷ سال در بخش کشاورزی، ۲۵ درصد در بخش خدمات و ۷ درصد در بخش صنعت





WhatsApp



به منظور تسهیل در روند پاسخگویی به اعضا و همچنین اطلاع رسانی برنامه ها و رویدادها از طریق:

گروه ها و وضعیت (status)

شماره ۰۲۱۸۸۲۱۰۸۵۰ را که مجهز به اپلیکیشن واتساپ می باشد در لیست مخاطبین خود ذخیره نمایید.

لطفا در صورت داشتن سوال و یا ارسال فایل به این خط پیام ارسال نمایید.

دیرخانه انجمن مدیریت ایران

مجله مدیریت شماره ۲۱۷ منتشر و فایل مجله برای اعضای انجمن از طریق ایمیل ارسال خواهد شد. پیشنهادات اعضای محترم انجمن در روند بهبود مجله و ارتقاء جایگاه مدیریت در جامعه کمک شایانی خواهد نمود.



دوره‌های آموزشی ویژه مدیریت دانشی

و پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت دانشی KM4D (بارویکرد حاکمیت نوآوری)

ردیف	عنوان دوره	مدت زمان	تعداد جلسات	ساعت برگزاری	شهریه (ریال)	تاریخ برگزاری
۱	آشنایی با مفاهیم و کاربردهای مدیریت دانشی	۳ ساعت	۱ جلسه	۱۳ الی ۱۶	۴/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۳/۲۱
۲	استقرار مدیریت دانشی در سازمان ها	۳ ساعت	۱ جلسه	۱۳ الی ۱۶	۴/۵۰۰/۰۰	۱۴۰۱/۰۳/۲۴
۳	آشنایی با مدل جایزه مدیریت دانشی KM4D	۳ ساعت	۱ جلسه	۱۳ الی ۱۶	۴/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۳/۳۱
۴	طراحی ساختار مدیریت دانشی	۳ ساعت	۱ جلسه	۱۳ الی ۱۶	۴/۵۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۴/۰۷
۵	اظهارنامه نویسی جایزه مدیریت دانشی KM4D	۶ ساعت	۲ جلسه	۸:۳۰ الی ۱۱:۳۰	۸/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۴/۱۴ و ۱۵
۶	خودارزیابی براساس مدل مدیریت دانشی KM4D	۴:۳۰ ساعت	۱ جلسه	۸:۳۰ الی ۱۱:۳۰	۸/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۴/۲۱
۷	تربیت ارزیاب جایزه مدیریت دانشی KM4D	۸ ساعت	۲ جلسه	۸:۳۰ الی ۱۲:۳۰	۱۲/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۵/۴ و ۵
۸	تربیت سر ارزیاب جایزه مدیریت دانشی KM4D	۸ ساعت	۲ جلسه	۸:۳۰ الی ۱۲:۳۰	۲۵/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۵/۱۱ و ۱۲
۹	استخراج و مستندسازی تجارب خبرگان	۴ ساعت	۱ جلسه	۸:۳۰ الی ۱۲:۳۰	۶/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۵/۱۹
۱۰	الزامات و استقرار مدیریت دانشی مبتنی بر استاندارد ISO 30401	۸ ساعت	۲ جلسه	۸:۳۰ الی ۱۲:۳۰	۸/۰۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۵/۲۶ و ۲۵
۱۱	بازآموزی ارزیابان جایزه مدیریت دانشی KM4D	۳ ساعت	۱ جلسه	۱۳ الی ۱۶	۴/۵۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۶/۰۱
۱۲	مدل های بلوغ مدیریت دانشی	۳ ساعت	۱ جلسه	۱۳ الی ۱۶	۴/۵۰۰/۰۰۰	۱۴۰۱/۰۶/۰۸

*علاقتمندان می توانند جهت ثبت نام با تلفن های ۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴ تماس حاصل نمایند و یا درخواست خود را به ایمیل iran.ima1398@gmail.com ارسال نمایند.

* لازم به ذکر است شهریه دوره ردیف ۳ و ۵ برای موسساتی که در فرآیند جایزه شرکت می نمایند از سوی انجمن مدیریت ایران تأمین می شود.
* به شرکت کنندگان گواهینامه رسمی انجمن با اعتبار وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اعطاء خواهد شد.



فراخوان حمایت از مؤلفین کتب مدیریتی

انجمن مدیریت ایران با هدف توسعه و ترویج مبانی علمی و کاربردی مدیریت نوین و در راستای تحقق اهداف سند راهبردی، تصمیم به حمایت معنوی از چاپ کتاب های مدیریتی دارد.

بدین منظور از کلیه استادان، محققان، پژوهشگران و دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی دعوت می شود جهت همکاری و چاپ کتاب های مدیریتی با دبیرخانه انجمن به شماره های ۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴ تماس حاصل نمایند.

کتاب های چاپ شده در کنفرانس های پیش رو انجمن رونمایی و سپس در سایت، مجله مدیریت و سایر شبکه های اجتماعی معرفی و مورد بهره برداری قرار خواهد گرفت.



آدرس: تهران، خیابان ملاصدرا، خیابان شیخ بهایی شمالی، کوچه امداد شرقی، بلاک ۸، طبقه اول، واحد ۴

سایت: www.iranmanagement.org

پست الکترونیک: iranmanagement1339@gmail.com

تقویم آموزشی بهار ۱۴۰۱

ویژه مدیران و کارکنان سازمان ها

فروردین

ردیف	نام دوره آموزشی	تعداد ساعت	تعداد جلسات	تاریخ برگزاری	شهریه (ریال)
1	مدیریت ارتباط با مشتری CRM	8 ساعت	2 جلسه	15 و 16	8/000/000
2	ارزیابی عملکرد مدیریت براساس مدل EFQM	12 ساعت	3 جلسه	20، 21 و 22	10/000/000
3	طراحی کانون های ارزیابی	12 ساعت	3 جلسه	22، 23 و 24	10/000/000
4	ارزیابی عملکرد ۳۶۰ درجه	8 ساعت	2 جلسه	27 و 28	8/000/000
5	طبقه بندی مشاغل	8 ساعت	2 جلسه	28 و 29	8/000/000

* به شرکت کنندگان گواهینامه رسمی
انجمن با اعتبار وزارت علوم، تحقیقات و
فناوری اعطاء خواهد شد.

* دوره ها به صورت مجازی برگزار
خواهد شد.

* علاقمندان می توانند جهت ثبت نام با تلفن های ۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴ تماس حاصل نمایند و یا درخواست خود را به ایمیل iranmanagement1339@gmail.com ارسال نمایند.

* ثبت نام کنندگان شهریه مربوطه را به حساب ۱-۱۱۵۹۰۵۱۸-۸۱۰۰-۲۴۷ به نام انجمن مدیریت ایران نزد بانک پاسارگاد شعبه کریم خان زند واریز و رسید آن را به شماره ۸۶۰۵۱۴۶۴ فاکسی نمایند.

تقویم آموزشی بهار ۱۴۰۱ ویژه مدیران و کارکنان سازمان‌ها

اردیبهشت

ردیف	نام دوره آموزشی	تعداد ساعت	تعداد جلسات	تاریخ برگزاری	شهریه (ریال)
1	مدیریت هزینه	4 ساعت	1 جلسه	4	5/000/000
2	آشنایی با مفاهیم مدیریت دانشی	8 ساعت	2 جلسه	5 و 6	8/000/000
3	مدیریت زمان و استرس	8 ساعت	2 جلسه	6 و 7	8/000/000
4	تکنیک‌های تصمیم‌گیری	8 ساعت	2 جلسه	10 و 11	8/000/000
5	تربیت ارزیاب جایزه مدیریت دانشی	8 ساعت	2 جلسه	17 و 18	10/000/000
6	گزارش نویسی	12 ساعت	3 جلسه	19، 20 و 21	10/000/000
6	اصول و فنون مذاکره	8 ساعت	2 جلسه	24 و 25	8/000/000

* به شرکت کنندگان گواهینامه رسمی
انجمن با اعتبار وزارت علوم، تحقیقات و
فناوری اعطاء خواهد شد.

* دوره‌ها به صورت مجازی برگزار
خواهد شد.

* علاقمندان می‌توانند جهت ثبت نام با تلفن‌های ۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴ تماس حاصل نمایند و یا درخواست خود را به ایمیل iranmanagement1339@gmail.com ارسال نمایند.

* ثبت نام کنندگان شهریه مربوطه را به حساب ۱-۱۱۵۹۰۵۱۸-۸۱۰۰-۲۴۷ به نام انجمن مدیریت ایران نزد بانک پاسارگاد شعبه کریم خان زند واریز و رسید آن را به شماره ۸۶۰۵۱۴۶۴ فاکس نمایند.

تقویم آموزشی بهار ۱۴۰۱

ویژه مدیران و کارکنان سازمان ها

خرداد

ردیف	نام دوره آموزشی	تعداد ساعت	تعداد جلسات	تاریخ برگزاری	شهریه (ریال)
1	استقرار مدیریت دانشی در سازمان ها	3 ساعت	1 جلسه	1	4/000/000
2	اخلاق و مسئولیت اجتماعی	8 ساعت	2 جلسه	3 و 4	8/000/000
3	مدیریت تغییر و تحول سازمانی	12 ساعت	3 جلسه	7، 8 و 9	10/000/000
4	استخراج و مستندسازی تجارب خبرگان	4 ساعت	1 جلسه	10	5/000/000
5	مهارت های گفتگو	8 ساعت	2 جلسه	21 و 22	8/000/000
6	مدیریت خلاقیت و نوآوری	8 ساعت	2 جلسه	28 و 29	8/000/000

* به شرکت کنندگان گواهینامه رسمی
انجمن با اعتبار وزارت علوم، تحقیقات و
فناوری اعطاء خواهد شد.

* دوره ها به صورت مجازی برگزار
خواهد شد.

* علاقمندان می توانند جهت ثبت نام با تلفن های ۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴ تماس حاصل نمایند و یا درخواست خود را به ایمیل iranmanagement1339@gmail.com ارسال نمایند.

* ثبت نام کنندگان شهریه مربوطه را به حساب ۱-۱۱۵۹۰۵۱۸-۸۱۰۰-۲۴۷ به نام انجمن مدیریت ایران نزد بانک پاسارگاد شعبه کریم خان زند واریز و رسید آن را به شماره ۸۶۰۵۱۴۶۴ فاکسی نمایند.

فراخوان جذب مقاله

به اطلاع می‌رساند **مجله مدیریت** از متخصصان و اساتیدی که علاقمندند مطالب خود را در این مجله چاپ نمایند، دعوت می‌نماید که نسبت به ارسال مطالب به آدرس ایمیل **iranmanagement1339@gmail.com** اقدام نموده تا پس از تأیید هیأت تحریریه، در مجله منظور گردد.

• جهت کسب اطلاعات بیش‌تر با تلفن‌های ۸۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۸۶۰۵۱۴۶۴ تماس حاصل نمایند.

مطالب ارسالی می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- تألیف و ترجمه مقالات تخصصی از سال ۲۰۱۶ تا کنون؛
- برگزاری میزگرد با انجمن؛
- ارائه تجارب مدیریتی؛
- خلاصه کتاب‌های مدیریتی روز دنیا.





آخرین اخبار و برنامه های انجمن
مدیریت ایران را از اینستاگرام
دنبال نمایید.



Iran_management_association



WhatsApp

۰۲۱۸۸۲۱۰۸۵۰



لینکدین انجمن مدیریت ایران



ir.linkedin.com/company/iran-management-association



رونمایی از سایت جدید انجمن مدیریت ایران

www.Iranmanagement.org

