



دانشگاه ساری
پیم نور

بر قله‌های اقتدار (جلد ۳)

آموزه‌های مدیریتی

دکتر مراد کردی

امروزه کتاب‌خوانی و علم‌آموزی، نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است.

مقام معظم رهبری

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چندهزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه‌ی فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه‌ی الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پر بار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه‌ی مطالعه‌ی هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد و رهبر معظم انقلاب اسلامی نیز از این وضعیت بارها اظهار گله و ناخشنودی نموده‌اند.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره‌ی دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه‌ی دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان، تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه‌ی بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاورد انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین

سوره‌ای که بر آن فرستاده‌ی عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد شده‌است: «اقْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه‌ی انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره‌ی جغرافیایی ایران‌شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه‌ی مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه‌ی خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلگاه اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

فهرست مطالب

مقدمه

بیست و پنج

فصل اول ----- ۱

برنامه‌ریزی ----- ۲

وظایف مدیریت ----- ۲

اهمیت و ضرورت برنامه‌ریزی ----- ۳

تعریف برنامه‌ریزی ----- ۴

اهداف برنامه‌ریزی ----- ۴

انواع برنامه‌ریزی ----- ۵

۱. برنامه‌ریزی تخصصی ----- ۵

الف) برنامه‌ریزی و کنترل تولید (مدیریت تولید) ----- ۵

ب) برنامه‌ریزی نیروی انسانی ----- ۵

ج) برنامه‌ریزی مالی و تنظیم بودجه ----- ۵

۲. برنامه‌ریزی عملیاتی (اجرایی) ----- ۶

۳. برنامه‌ریزی راهبردی (استراتژیک) ----- ۶

دیدگاههای متداول در برنامه‌ریزی ----- ۷

۱. برنامه‌ریزی از داخل به خارج ----- ۷

۲. برنامه‌ریزی از خارج به داخل ----- ۷

۳. برنامه‌ریزی از بالا به پایین ----- ۷

۴. برنامه‌ریزی از پایین به بالا ----- ۷

۵. برنامه‌ریزی بر مبنای هدف ----- ۸

۶. برنامه‌ریزی اضطراری ----- ۸

۷. برنامه‌ریزی اقتضایی ----- ۸

محاسن برنامه‌ریزی ----- ۹

محدودیت‌های برنامه‌ریزی (محدودیت‌ها و معایب) ----- ۹

۹ ----- برنامه‌ریزی موفق

۱۰ ----- دام‌های مهم برنامه‌ریزی موفق

۱۱ ----- فصل دوم

۱۵ ----- سازمان

۱۵ ----- تعریف سازماندهی

۱۵ ----- فراگرد سازمانی

۱۶ ----- اصول و ارکان سازماندهی

۱۶ ----- تقسیم کار

۱۶ ----- روابط (طبقه‌بندی وظایف)

۱۶ ----- اختیار و مسئولیت

۱۷ ----- فرایند سازماندهی

۱۷ ----- انواع سازمان‌ها

۱۷ ----- سازمان‌های رسمی

۱۷ ----- سازمان‌های غیررسمی

۱۸ ----- چرا سازماندهی در اولویت قرار دارد؟

۱۸ ----- اهداف ساختار سازمانی

۱۸ ----- ابزار رسمی کردن سازمان

۱۹ ----- انواع سازماندهی

۱۹ ----- سازماندهی مبتنی بر وظیفه

۱۹ ----- سازماندهی مبتنی بر محصول

۲۰ ----- سازماندهی ماتریسی

۲۰ ----- سازمان شبکه‌ای چیست؟

۲۰ ----- سازمان‌های متمرکز و غیرمتمرکز

۲۱ ----- واحدهای تشکیل‌دهنده سازمان

۲۱ ----- واحدهای ستادی و پشتیبانی:

۲۲	تفویض اختیار برای اعمال نفوذ
۲۲	اختیار
۲۳	محاسن تفویض اختیار از دیدگاه فنیفر
۲۳	موانع تفویض اختیار
۲۳	آیا باید هر کاری را واگذار کرد؟
۲۴	تفاوت مسئولیت و اختیار
۲۴	تقسیم کار در سازمان
۲۴	تأثیر تقسیم کار بر بهره‌وری
۲۵	سلسله مراتب اداری و ساختار سازمانی چگونه به هم مرتبط می‌شوند؟
۲۵	میزان تمرکز و عدم تمرکز
۲۶	واحدسازی
۲۶	واحدسازی بر اساس وظیفه
۲۷	واحدسازی بر اساس محصول
۲۷	واحدسازی جغرافیایی یا منطقه‌ای
۲۷	واحدسازی بر اساس مشتری
۲۸	واحدسازی بر اساس فرایند تولید
۲۸	راهبرد
۲۸	اندازه
۲۹	فناوری
۲۹	محیط
۲۹	قدرت - کنترل
۲۹	روندهای جدید در سازماندهی
۳۱	فصل سوم
۳۳	خلاقیت
۳۳	نوآوری

۳۴	تفاوت خلاقیت و نوآوری
۳۵	اهمیت نوآوری
۳۵	ارتباط خلاقیت و برنامه‌ریزی
۳۶	نظریه‌های خلاقیت
۳۶	۱. نظریه روح خدایی
۳۷	۲. نظریه تعادل تا دیوانگی
۳۷	۳. نظریه خلاقیت فطری
۳۷	۴. نظریه نیم‌کره‌ای خلاقیت
۳۷	۵. نظریه خلاقیت آریتی
۳۸	۶. نظریه خلاقیت تایلور
۳۸	۷. دیدگاه روانکاوی
۳۹	۸. دیدگاه رفتارگرایی
۴۰	۹. دیدگاه روانسنجی
۴۱	۱۰. دیدگاه شناختی
۴۲	۱۱. دیدگاه روانشناسی اجتماعی
۴۲	زمینه‌های شخصیتی خلاقیت
۴۳	نحوه ظهور اندیشه‌های نو و بدیع
۴۴	تعریف خلاقیت از دیدگاه سازمانی
۴۵	فرایند خلاقیت و نوآوری
۴۶	اهمیت خلاقیت
۴۶	عناصر مهم خلاقیت (P ۴ خلاقیت)
۴۶	ویژگی‌های خلاقیت
۴۷	ویژگی‌های افراد خلاق
۴۸	ویژگی‌های افراد نوآور
۴۸	نظر فروید درباره خلاقیت و نوآوری
۴۹	چگونه می‌توانیم خلاقیت و نوآوری را در سازمان تسهیل کنیم؟

۴۹	نحوه ترغیب به خلاقیت
۴۹	موانع خلاقیت در فرد
۵۰	موانع فرهنگی خلاقیت
۵۱	موانع نوآوری در سازمان
۵۲	نقش مدیر در پرورش خلاقیت و نوآوری
۵۳	مراحل چهارگانه نوآوری
۵۴	فنون خلاقیت و نوآوری
۵۶	خلاقیت در تصمیم‌گیری

۵۷ فصل چهارم

۵۸	مهمترین انواع گروه‌ها
۵۹	گروه در مقایسه با تیم
۶۰	گروه‌های رسمی و غیررسمی
۶۱	تیم‌های چندوظیفه‌ای
۶۲	تیم‌های مجازی
۶۳	ویژگی‌های گروه‌های کاری مؤثر
۶۶	تصمیم‌گیری و حل مسئله گروهی
۶۶	روش‌های تصمیم‌گیری گروهی
۶۷	گروه‌های عمومی حل مسئله
۶۷	طوفان مغزی
۶۸	قوانین طوفان مغزی
۶۹	شگرد گروه اسمی
۷۰	نمودار علت و معلول
۷۱	مزایا و معایب فعالیت گروهی و تصمیم‌گیری گروهی
۷۱	مزایای فعالیت گروهی
۷۲	معایب فعالیت گروهی

فصل پنجم ----- ۷۵

- ۷۶ ----- مسئولیت اجتماعی چیست؟
- ۷۷ ----- پاسخگویی اجتماعی
- ۷۸ ----- دیدگاه‌های رایج
- ۷۸ ----- دیدگاه کلاسیک‌ها
- ۷۸ ----- دیدگاه خیرخواهی و قیومیت
- ۷۹ ----- دیدگاه اقتصادی - اجتماعی
- ۷۹ ----- تعهد اجتماعی
- ۸۰ ----- مسئولیت اجتماعی و عملکرد اقتصادی
- ۸۰ ----- اخلاق در مدیریت
- ۸۰ ----- اهمیت رعایت اصول اخلاقی
- ۸۱ ----- ۱. نگرش استفاده‌گایی
- ۸۱ ----- ۲. نگرش حفظ حقوق دیگران
- ۸۱ ----- ۳. نگرش عدالتی اخلاق
- ۸۱ ----- ۴. نگرش یکپارچگی قراردادهای اجتماعی

فصل ششم ----- ۸۳

- ۸۴ ----- تعریف ارتباطات
- ۸۵ ----- ارتباط سازمانی
- ۸۶ ----- فرایندهای ارتباطات سازمانی
- ۸۷ ----- سبک‌های ارتباطی در سازمان
- ۸۸ ----- روابط بین سازمانی
- ۸۹ ----- ارتباطات سازمانی دارای ساختار
- ۸۹ ----- تفاوت ارتباط سازمانی با دیگر ارتباطات
- ۹۰ ----- ویژگی‌های ارتباطات سازمانی
- ۹۱ ----- مهارت‌های رفتاری رهبران

فصل هفتم ----- ۹۳

دیدگاه‌های نظری عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی ----- ۹۵

تعهد سازمانی ----- ۹۷

تعلق سازمانی ----- ۹۸

ملاک‌ها و علایم تعلق خاطر سازمانی ----- ۹۸

دیدگاه‌های نظری تعهد سازمانی ----- ۹۹

مدل‌های تعهد سازمانی ----- ۱۰۱

مدل «میر و آلن» ----- ۱۰۱

مدل «مایر و شورمن» ----- ۱۰۲

مدل «جاروس» و همکاران ----- ۱۰۲

تعهد سازمانی و رضایت شغلی ----- ۱۰۲

تعهد سازمانی و اخلاق کاری ----- ۱۰۳

وجدان کاری و تعهد سازمانی ----- ۱۰۳

ویژگی‌های شخصیتی و تعهد سازمانی ----- ۱۰۴

مدل پنج عاملی (پنج جنبه اصلی شخصیت) ----- ۱۰۴

فصل هشتم ----- ۱۰۷

برنامه‌ریزی برای کارکنان جدید ----- ۱۰۸

برنامه‌ریزی برای کارکنان فعلی ----- ۱۰۹

کارمندیابی ----- ۱۰۹

انتخاب ----- ۱۰۹

توجیه و راهنمایی ----- ۱۰۹

حرکت ----- ۱۰۹

ترک خدمت وانفصال ----- ۱۱۰

برنامه‌ریزی منابع انسانی ----- ۱۱۰

برنامه‌ریزی منابع انسانی بر مبنای تجزیه و تحلیل شغل ----- ۱۱۰

- عوامل پیش‌بینی تقاضا ----- ۱۱۰
- عوامل پیش‌بینی عرضه ----- ۱۱۰
- تدوین راهبرد برای تأمین منابع انسانی ----- ۱۱۱
- راهبردهای تأمین نیرو ----- ۱۱۱
- ارزیابی سیستم برنامه‌ریزی منابع انسانی ----- ۱۱۱
- پرورش مدیران و توسعه منابع انسانی ----- ۱۱۱
- مهارت‌های مورد نیاز مدیران ----- ۱۱۱
- بهبود مدیریت و عوامل مؤثر در توسعه مهارت‌های انسانی ----- ۱۱۲
- آموزش مدیران و توسعه مهارت‌های مدیریتی ----- ۱۱۲

فصل نهم ----- ۱۱۳

- فناوری چیست؟ ----- ۱۱۶
- فناوری اصلی سازمان چیست؟ ----- ۱۱۶
- فناوری و تأثیر آن در رفتار ----- ۱۱۷
- تحقیق‌ها و مطالعه‌ها در مورد فناوری و سازمان ----- ۱۱۷

فصل دهم ----- ۱۲۱

- ریشه‌های تاریخی توانمند شدن ----- ۱۲۵
- تاریخچه توانمندسازی ----- ۱۲۵
- علائم توانمندسازی ----- ۱۲۷
- پیامدهای توانمندسازی ----- ۱۲۷
- پیامدهای رفتاری ----- ۱۲۸
- رویکردها و مدل‌های توانمندسازی ----- ۱۲۸
- رابطه توانمندسازی کارمند و تعهد او در قبال سازمان ----- ۱۲۹
- بررسی رابطه میان سبک رهبری و توانمندسازی ----- ۱۲۹

فصل یازدهم ----- ۱۳۱

- اجتماعی ----- ۱۳۳

- تعاریف سرمایه اجتماعی ----- ۱۳۳
- زمینه تاریخی سرمایه اجتماعی ----- ۱۳۴
- تئورپردازان سرمایه اجتماعی و دیدگاه‌های آنها درباره سرمایه اجتماعی ----- ۱۳۵
- سرمایه اجتماعی از دیدگاه کلمن ----- ۱۳۶
- سرمایه اجتماعی از دیدگاه بوردیو ----- ۱۳۷
- سرمایه اجتماعی از دیدگاه پوتنام ----- ۱۳۸

فصل دوازدهم ----- ۱۳۹

- بازاریابی چیست؟ ----- ۱۴۰
- بازاریابی اجتماعی چیست؟ ----- ۱۴۱
- تعریف بازاریابی آرمان اجتماعی ----- ۱۴۲
- تاریخچه بازاریابی آرمان اجتماعی ----- ۱۴۲
- مؤلفه‌های بازاریابی آرمان اجتماعی ----- ۱۴۲
- اشکال بازاریابی آرمان اجتماعی ----- ۱۴۳
- مزایای بازاریابی آرمان اجتماعی ----- ۱۴۳
- تأثیر میزان هدیه و بخشش در موفقیت بازاریابی آرمانی ----- ۱۴۳
- انواع بازاریابی آرمان اجتماعی ----- ۱۴۴
- ۱۰ فرمان بازاریابی آرمان اجتماعی ----- ۱۴۵
- تعریف برند ----- ۱۴۵
- برندسازی ----- ۱۴۶
- مدیریت برند ----- ۱۴۶
- تقابل برندسازی و مدیریت برند ----- ۱۴۷
- سهم برند در بازار رقابتی ----- ۱۴۷
- سهم برند و رابطه مشتری ----- ۱۴۸
- درک شخصیت برند ----- ۱۴۸
- تبلیغات، محرک برند ----- ۱۴۹

۱۴۹	ویژگی‌های فردی در برندسازی
۱۴۹	روابط برند
۱۵۰	تأثیر رسانه‌های جمعی بر پیشرفت روابط برند
۱۵۰	حس تعلق کارکنان به برند
۱۵۰	وفاداری به برند
۱۵۱	اعتماد برند
۱۵۱	تعهد برند
۱۵۱	وفاداری برند

فصل سیزدهم ----- ۱۵۳

۱۵۵	رویکردهای مطرح شده درباره شایستگی
۱۵۶	رویکرد رفتاری
۱۵۶	رویکرد استانداردها
۱۵۷	رویکرد اقتضایی
۱۵۷	شایسته‌سالاری
۱۵۸	ضرورت‌های شایسته‌سالاری
۱۵۹	تشخیص شایسته‌سالاری
۱۵۹	مبانی و اصول شایسته‌سالاری
۱۶۰	معیارهای شایستگی
۱۶۰	اندازه‌گیری شایستگی
۱۶۱	محدودیت‌های شایسته‌سالاری
۱۶۱	زیرساخت‌های شایسته‌سالاری
۱۶۲	زیرساخت فرهنگی
۱۶۲	زیرساخت قانونی
۱۶۳	زیرساخت آموزشی
۱۶۳	زیرساخت مدیریتی

۱۶۳	زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات
۱۶۴	زیرساخت اخلاقی و ارزشی
۱۶۴	فرایندهای نظام شایستهسالارانه
۱۶۵	شایسته‌خواهی
۱۶۵	شایسته‌گزینی
۱۶۵	شایسته‌سنجی
۱۶۶	شایسته‌پروری
۱۶۶	شایسته‌داری
۱۶۶	شایسته‌سالاری در اندیشه‌های اعتقادی
۱۶۷	شایسته‌سالاری در قرآن
۱۶۸	شایسته‌سالاری در سیره مدیریتی حضرت علی (ع)
۱۶۹	معیارهای شایسته‌سالاری در سازمان
۱۶۹	شایستگی‌های تخصصی
۱۶۹	شایستگی‌های عمومی
۱۷۰	تناسب میان شغل و شاغل

۱۷۱ فصل چهاردهم

۱۷۱	تعاریف یادگیری سازمانی
۱۷۳	نظریه یادگیری سازمانی
۱۷۴	ابعاد یادگیری سازمانی از دیدگاه نیفه
۱۷۹	ویژگی‌های یادگیری سازمانی
۱۷۹	سطوح یادگیری
۱۸۰	یادگیری فردی
۱۸۱	یادگیری تیمی
۱۸۲	یادگیری سازمانی
۱۸۳	انواع یادگیری

۱۸۳	یادگیری انطباقی
۱۸۴	یادگیری آینده‌نگر
۱۸۴	یادگیری از راه عمل
۱۸۵	انواع یادگیری از دیدگاه کریس آرجریس
۱۸۵	یادگیری یک حلقه‌ای
۱۸۶	یادگیری دو حلقه‌ای
۱۸۶	یادگیری سه حلقه‌ای
۱۸۷	مهارت‌های یادگیری
۱۸۷	نگرش سیستمی
۱۸۷	مدل‌های ذهنی
۱۸۸	تسلط (قابلیت‌های فردی)
۱۸۸	خودیادگیری
۱۸۹	گفتوگو
۱۸۹	فرایندهای یادگیری سازمانی
۱۸۹	فرایند یادگیری سازمانی از دیدگاه فیگوئرو
۱۹۰	فرایند یادگیری سازمانی از دیدگاه هابر
۱۹۱	عوامل مؤثر بر یادگیری در سازمان
۱۹۱	فرهنگ
۱۹۲	مدیریت و رهبری
۱۹۲	ساختار
۱۹۲	محیط
۱۹۲	فناوری
۱۹۳	موانع یادگیری
۱۹۳	راه‌های غلبه بر موانع یادگیری سازمانی
۱۹۴	مزایای یادگیری سازمانی

فصل پانزدهم ----- ۱۹۵

- ۱۹۶ ----- صنعت
- ۱۹۸ ----- تعاریف و مفاهیم چابکی
- ۱۹۹ ----- ابعاد چابکی
- ۲۰۰ ----- ویژگی‌ها و مفاهیم اصلی در چابکی سازمان
- ۲۰۰ ----- اصول زیربنایی چابکی
- ۲۰۱ ----- تولید چابک
- ۲۰۲ ----- ابزارهای سازمان برای تحقق چابکی
- ۲۰۲ ----- فراهم‌کننده‌های چابکی
- ۲۰۳ ----- شاخص‌های بهبود چابکی
- ۲۰۴ ----- حوزه‌های مؤثر و درگیر در چابکی سازمان

فصل شانزدهم ----- ۲۰۵

- ۲۰۵ ----- محیط مدیریت
- ۲۰۶ ----- تغییر
- ۲۰۶ ----- مفهوم تغییر
- ۲۰۶ ----- ماهیت تغییر سازمانی
- ۲۰۷ ----- ماهیت تغییر
- ۲۰۷ ----- اساس نظریه مدیریت تغییر
- ۲۰۸ ----- شناخت و مدیریت مقاومت در برابر تغییر
- ۲۰۹ ----- مقاومت در مقابل تغییر
- ۲۰۹ ----- علل مقاومت در برابر تغییر
- ۲۱۰ ----- انواع تغییر
- ۲۱۱ ----- محرک‌های مدل تغییر
- ۲۱۱ ----- نگرش جدید به تغییر
- ۲۱۱ ----- فرایند ایجاد تغییر

- ۲۱۲ ----- سه گونه تغییرات دگرگون ساز
- ۲۱۲ ----- تحلیل تعامل میدان نیرو
- ۲۱۳ ----- مدیریت تغییر از طریق توسعه سازمانی
- ۲۱۳ ----- تغییر و فشار روحی و عصبی

۲۱۵ ----- فصل هفدهم

- ۲۱۵ ----- عدالت در سازمان ها
- ۲۱۶ ----- عوامل مؤثر بر درک عدالت
- ۲۱۶ ----- الف) پیامدهای سازمانی
- ۲۱۷ ----- ب) رویه های سازمانی
- ۲۱۷ ----- ج) خصوصیات ادراک کننده
- ۲۱۷ ----- تعاریف و دیدگاه های عدالت سازمانی
- ۲۱۸ ----- مدل های عدالت سازمانی
- ۲۱۸ ----- عدالت توزیعی
- ۲۱۹ ----- عدالت رویه ای
- ۲۱۹ ----- عدالت توزیعی و رویه ای
- ۲۲۰ ----- عدالت مراوده ای
- ۲۲۰ ----- مدل لونثال

۲۲۱ ----- فصل هجدهم

- ۲۲۳ ----- تاریخچه کیفیت زندگی کاری
- ۲۲۳ ----- رویکردهای کیفیت زندگی کاری
- ۲۲۵ ----- اهداف کیفیت زندگی کاری
- ۲۲۶ ----- نسل های سه گانه برنامه های کیفیت زندگی کاری
- ۲۲۶ ----- تعبیر نوین کیفیت زندگی کاری
- ۲۲۶ ----- مدیریت کیفیت فراگیر

فصل نوزدهم ----- ۲۲۹

- ۲۳۰ رهبری -----
- ۲۳۰ رهبری و نفوذ بر دیگران -----
- ۲۳۱ رهبری در مقایسه با مدیریت -----
- ۲۳۱ تعریف رهبری -----
- ۲۳۲ نظریه‌ها و دیدگاه‌ها در مورد رهبری و مدیریت -----
- ۲۳۳ چگونه رهبران از نفوذ و قدرت در دستیابی به اهداف استفاده می‌کنند؟ -----
- ۲۳۴ منابع قدرت رهبری -----
- ۲۳۴ قدرت مقام -----
- ۲۳۴ قدرت شخصی -----
- ۲۳۴ راهکارهای اعمال نفوذ -----
- ۲۳۵ نوع رفتار رهبر با زیردستان را می‌توان به صورت زیر دسته‌بندی کرد: -----
- ۲۳۶ ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و خصوصیت رهبران اثربخش -----
- ۲۳۶ مهارت انسانی -----
- ۲۳۶ صفات رهبر -----
- ۲۳۷ رفتارها و مهارت‌های رهبران اثربخش -----
- ۲۳۸ وظایف رهبری -----
- ۲۳۸ تفاوت‌های جنسی در سبک رهبری -----
- ۲۳۹ رهبری کاریزماتیک -----
- ۲۳۹ ویژگی‌ها و مؤلفه‌های رهبری کاریزماتیک -----
- ۲۴۰ رهبری تحول‌آفرین -----
- ۲۴۰ ویژگی‌ها و رفتار رهبران تحول‌آفرین -----
- ۲۴۰ آثار منفی رهبری تحول‌آفرین و کاریزماتیک -----
- ۲۴۱ رهبری خدمتگزار -----
- ۲۴۱ رهبری در مکتب اسلام و سیره پیامبر -----
- ۲۴۱ سه ویژگی مهم رهبری در تصمیم‌گیری -----

۲۴۱ ----- اهمیت مشورت در رهبری

۲۴۳ ----- نرمی در عین صلابت

۲۴۵ ----- فصل بیستم

۲۴۶ ----- مفهوم انگیزش

۲۴۶ ----- نظریه‌های انگیزش

۲۴۷ ----- سلسله‌مراتب نیازهای مازلو

۲۴۸ ----- نیازهای انسان

۲۴۹ ----- کاربردهای سلسله‌مراتب مازلو برای مدیران

۲۵۰ ----- نظریه انتظار و احتمال در انگیزش

۲۵۰ ----- نظریه انتظار

۲۵۱ ----- نظریه تکامل یافته پورتر و لالر

۲۵۱ ----- ارزیابی نظریه انتظار

۲۵۱ ----- یادگیری و انگیزش

۲۵۱ ----- تعریف یادگیری

۲۵۱ ----- بررسی شغل‌ها

۲۵۲ ----- تخصصی کردن شغل

۲۵۲ ----- گسترش شغل

۲۵۳ ----- غنی سازی شغل

۲۵۳ ----- طبقه‌بندی مشاغل

۲۵۵ ----- فصل بیست و یکم

۲۵۶ ----- ضرورت و اهمیت ارزیابی عملکرد

۲۵۷ ----- تعریف ارزیابی عملکرد

۲۵۸ ----- فرایند ارزیابی عملکرد

۲۵۹ ----- مدل‌ها و الگوهای سیستم ارزیابی عملکرد

۲۶۲ ----- چه موردی باید مورد ارزیابی قرار گیرد؟

- ۲۶۲ ----- ارزیابی چه زمانی باید صورت پذیرد؟
- ۲۶۲ ----- شاخص‌ها، معیارها و نقاط پایش فرایندها، فعالیت‌ها
- ۲۶۲ ----- عوامل رفتاری
- ۲۶۲ ----- عوامل سیستمی و عوامل واحدی
- ۲۶۳ ----- ارزیابی نهایی و ارائه بازخورد
- ۲۶۳ ----- چه کسانی باید ارزیابی را انجام دهند؟
- ۲۶۳ ----- چرا ارزیابی عملکرد صورت می‌پذیرد؟
- ۲۶۳ ----- چگونه عملکرد افراد را مورد ارزیابی قرار دهیم؟

۲۶۵ ----- فصل بیست و دوم

- ۲۶۹ ----- شیوه عمل پیامبر (ص) و ائمه (ع)
- ۲۷۱ ----- با چه کسانی باید مشورت کرد
- ۲۷۱ ----- خدا ترسی
- ۲۷۱ ----- تقوای الهی
- ۲۷۱ ----- تعقل
- ۲۷۱ ----- تجربه
- ۲۷۲ ----- علم
- ۲۷۲ ----- با چه کسانی نباید مشورت کرد؟
- ۲۷۲ ----- ترس از غیر خدا
- ۲۷۲ ----- بخل
- ۲۷۳ ----- حرص
- ۲۷۳ ----- دروغ‌گویی
- ۲۷۳ ----- حماقت و جهل
- ۲۷۳ ----- وظیفه مشورت‌کننده و مشاور چیست؟

۲۷۵ ----- فصل بیست و سوم

- ۲۷۶ ----- تعریف استرس