

هوش استراتژیک

هوش تجاری ، هوش رقابتی و مدیریت دانش

Jay Liebowitz

چگونه سازمانها می توانند فرآیند تصمیم گیری خود را بهبود بخشند؟...

سرشناسه	تارخ، محمدجعفر، گردآورنده، مترجم
عنوان و نام پدیدآور	هوش استراتژیک(هوش تجاری، هوش رقابتی و مدیریت دانش): چگونه سازمانها می‌توانند فرآیند تصمیم‌گیری خود را بهبود بخشند؟/ترجمه و تالیف محمدجعفر تارخ، فردوس حاتمی‌لنکرانی.
مشخصات نشر	تهران: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	: ۲۴۰ص: مصور(زنگی)، جدول، نمودار.
فروست	: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی: ۲۶۲.
شابک	: ۲۷۵۰۰ریال: ۹۷۸-۹۶۴-۸۷۰۳-۷۷-۱
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
یادداشت	: واژه‌نامه.
عنوان دیگر	: چگونه سازمانها می‌توانند فرآیند تصمیم‌گیری خود را بهبود بخشند؟
موضوع	: جاسوسی صنعتی و بازرگانی-- مدیریت
موضوع	: مدیریت دانش
موضوع	: برنامه‌ریزی استراتژیک
شناسه افزوده	: حاتمی‌لنکرانی، فردوس، ۱۳۵۷-، گردآورنده و مترجم
شناسه افزوده	: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی
رده بندی کنگره	: ۱۳۸۹ ۹۵۲/۳۸/۷HD
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۷۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۰۱۳۵۲۰۳

نام کتاب: هوش استراتژیک(هوش تجاری، هوش رقابتی و مدیریت دانش)

نویسنده: جی لیوویتسی

ترجمه: دکتر محمدجعفر تارخ، عضو هیات علمی دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی خواجه

نصیرالدین طوسی، فردوس حاتمی‌لنکرانی

ناشر: انتشارات دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

نوبت چاپ: اول

تاریخ چاپ: اردیبهشت ۱۳۸۹

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۳۷۵۰ تومان

کد کتاب: ۲۶۲

ISBN: 978-964-8703-77-1

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۸۷۰۳-۷۷-۱

لیتوگرافی: امیر نقش

چاپ و صحافی: امیر نقش

تلفن مرکز پخش: ۸۸۷۷۲۲۷۷ (۰۲۱)

(حق چاپ برای ناشر محفوظ است)

ترجمه و تالیف

دکتر محمد جعفر تاریخ

عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی صنایع

دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی

مهندس فردوس حاتمی لنگرانی

انوش آموخته کارشناسی ارشد مهندسی صنایع

انشگاه صنعتی شریف

پیشگفتار

فصل اول: از دگرگونی فردی به هوش سازمانی

۱	مقدمه
۲	گذر
۵	منظور از هوش چیست؟
۶	تأثیر تغییر
۷	تأثیر فرهنگ بر هوش سازمانی
۹	فرآیند مدیریت تغییر

فصل دوم: انواع هوشمندی

۱۱	مقدمه
۱۳	هوش مصنوعی
۱۵	مدیریت دانش
۱۹	هوش تجاری
۲۰	هوش رقابتی
۲۲	هوش استراتژیک
۲۳	منابع

فصل سوم: هوش سازمانی از طریق هوش استراتژیک: هم افزایی مدیریت دانش،

هوش رقابتی و هوش تجاری

۲۷	مقدمه
۲۸	مطالعه موردی از آل
۲۸	فرآیند ممیزی دانش در آل
۳۰	نتایج ممیزی دانش
۳۶	تحلیل یافته ها بر اساس ممیزی دانش
۳۶	منابع دانش
۳۸	کاربرد و اشتراک دانش
۳۹	نیازهای دانش و ابزارهای آموزش
۴۱	توصیه های کلیدی ویژه KM برای متعهد شدن آل

- توسعه زیربنای سازمانی برای پشتیبانی مدیریت دانش در IJL ۴۱
 تکیه بر راهکار "شخصی سازی" برای اشتراک دانش در IJL ۴۲
 ایجاد فضای اعتماد و بهبود جریان ارتباطات در IJL ۴۳
 منابع ۴۴

فصل چهارم: درس فراگرفته: ظرفی برای مغلوب کردن خبرگان

- هوش تجاری نمی تواند بدون مدیریت دانش وجود داشته باشد. ۴۵
 هوش پشتیبان "هوش تجاری" کجاست؟ ۴۶
 بهبود سیستم های فراگیرنده در هوش مصنوعی ۴۹
 مطالعه موردی: LLIS ناسا ۵۱
 درس فراگرفته: هوش رقابتی و مدیریت دانش ۵۴
 خلاصه ۵۷
 منابع ۵۸

فصل پنجم: هوش رقابتی

- مقدمه ۵۹
 چه چیزی نباید در هوش رقابتی انجام شود. ۶۰
 چرخه حیات هوش رقابتی ۶۲
 ارتباط هوش رقابتی با هوش استراتژیک ۶۳
 چه مواردی برای آموزش یا تحصیل در زمینه هوش رقابتی لازم است؟ ۶۵
 بهترین الگوها و تحقیقات در ارتباط با سیستم های تشخیص و امتیازدهی برای اشتراک دانش ۶۷
 خلاصه ۷۵

فصل ششم: هوش استراتژیک: هسته تصمیم گیری اجرایی

- مقدمه ۷۷
 هوش استراتژیک کجا می تواند کمک کند ۸۱
 یک مقایسه برای هوش استراتژیک ۸۳
 تحلیل شبکه اجتماعی: یک تکنیک مهم برای ساخت هوش استراتژیک ۸۷
 بنالی از کاربرد SNA ۹۰
 خلاصه ۹۳
 منابع ۹۳

مطالعات موردی**مطالعه موردی اول: مدیریت دانش و فراگیری سازمانی در موسسه Annie E. casey**

- ۹۵ برخی اطلاعات راجع به موسسه Annie E. casey
- ۹۶ مدیریت دانش و فراگیری سازمانی: چالشها و گامهای نخست
- ۹۸ شرح هدف، المانهای اصلی و برتریهای ابتدایی
- ۱۰۰ ساخت یک سیستم مدیریت دانش: یک کل بزرگتر از مجموع تمام بخشهاست
- ۱۰۳ یکپارچه سازی مدیریت دانش و کتابخانه، پشتیبانی از مستندسازی، افزایش سطح آگاهی و فراگیری بیشتر سازمانی
- ۱۰۳ یکپارچه سازی مدیریت دانش و کتابخانه: ایجاد ادبیات یکپارچه الکترونیک و پشتیبانی از مستند سازی
- ۱۰۴
- ۱۰۵ ابزاری برای بهینه سازی آگاهی و یکپارچه سازی برنامه های کیسی
- ۱۰۶ موسسه کیسی به عنوان یک سازمان فراگیرنده
- ۱۰۷ معیارهای ارزیابی اولیه: ارزیابی در زمینه نتایج؛ چه چیزی انجام خواهیم داد؟ تا چه میزان می توانیم آن را انجام دهیم، فرد بهتر وجود دارد؟
- ۱۱۰ دروس فراگرفته شده
- ۱۱۰ عاداتهای دیرینه به سختی از بین می روند
- ۱۱۱ تکنولوژی پاسخ نیست، خود پرسش است
- ۱۱۱ آماده، آتش
- ۱۱۲ مدیریت دانش یک وظیفه چند تابعی است
- ۱۱۲ در نظر گرفتن نتیجه در ذهن: به کارگیری و پاسخگویی به پرسش "برای چه؟"
- ۱۱۲ گامهای بعدی

مطالعه موردی دوم: مطالعه موردی در توسعه سناریوی استراتژیک

- ۱۱۵ مطالعه موردی: توسعه سناریوی ۲۰۱۰ موتورآلا
- ۱۱۵ معرفی: مساله/ فرصت
- ۱۱۶ متدولوژی
- ۱۱۷ فرآیند سناریو ۲۰۱۰ موتورآلا
- ۱۱۸ تحلیل ها و راه حلها
- ۱۲۰ سناریو ۱: نسخه سالاری (metritocracy)
- ۱۲۰ ویژگیهای عمده

- ۱۲۰ مفاهیم سناریو
- ۱۲۱ شاخص های هشدار اولیه
- ۱۲۱ سناریو ۲: اتحاد مدیریت
- ۱۲۱ مشخصات اصلی
- ۱۲۱ مفاهیم سناریو
- ۱۲۲ شاخص های هشدار اولیه
- ۱۲۲ سناریو ۳: جهان بازار
- ۱۲۳ ویژگیهای عمده
- ۱۲۳ مفاهیم سناریو
- ۱۲۳ شاخص های هشدار اولیه
- ۱۲۳ سناریو ۴: موردی
- ۱۲۴ مفاهیم سناریو
- ۱۲۴ شاخص های هشدار اولیه
- ۱۲۵ نتایج
- ۱۲۵ کدام یک از این سناریوها نشان دهنده "آینده موثقی" است؟
- ۱۲۶ چه مناطقی بیشترین اهمیت را برای موتورآلا خواهند داشت؟
- ۱۲۶ واکنش استراتژیک / پیشنهادات
- ۱۲۷ توصیه هایی که برای تمام سناریوها اجرایشده است
- ۱۲۷ پیشنهاداتی که باید برای سناریو انتخاب شده اجرا شود
- ۱۲۸ دروس فراگرفته
- مطالعه موردی سوم: هوش رقابتی در یک شرکت بزرگ ارتباطات**
- ۱۳۱ معرفی
- ۱۳۱ سیستم های سری سایفر
- ۱۳۲ شرکت ارتباطات دوزبرد
- ۱۳۲ اطلاعات عمومی شرکت
- ۱۳۳ گروه هوش رقابتی
- ۱۳۴ روابط هوشمندی استراتژیک
- ۱۳۵ دروس فراگرفته
- ۱۳۶ مزیت های دوجانبه

۱۳۷	هوش رقابتی در عمل: استراتژی VOIP
۱۳۷	تغییر اعتبار
۱۳۸	فراگیری در هوش رقابتی
۱۳۹	درک حقایق
۱۴۰	گفتگو در مورد سیگنالهای هشدار اولیه
۱۴۰	پادیزش مصرف کننده
۱۴۰	نتایج به کارگیری
۱۴۱	ترتیب قانونی مطلوب و وابستگی قانونی
۱۴۱	نتیجه گیری
۱۴۲	منابع
	مطالعه موردی چهارم: هوش استراتژیک در AARP
۱۴۳	مقدمه
۱۴۵	مدیریت دانش
۱۴۵	تعیین فرصت یا مشکل
۱۴۵	پرورش یک تیم
۱۴۶	اجرای پروژه
۱۴۶	مفاهیم عملیات
۱۴۶	پیگیری
۱۴۶	ارزیابی
۱۴۷	صفحات زرد یکپارچه
۱۴۸	خدمات نقاط اشتراک
۱۴۹	انجمن های کاربردی
۱۵۰	هوش رقابتی
۱۵۱	هوش تجاری
۱۵۱	نتیجه گیری

**مطالعه موردی پنجم: تکنولوژی اطلاعات Northrop Grumman: مطالعه موردی
در تحلیل رقابتی " بیمه اطلاعات "**

۱۵۳	رهبری بازار در برابر دانش بازار
۱۵۴	ناهنجاری هوش تجاری

۱۵۴	برنامه هوش رقابتی
۱۵۵	منابع و روش ها
۱۵۶	محصول هوش رقابتی
۱۵۷	استفاده هوش رقابتی
۱۵۸	موفقیت هوش رقابتی
۱۵۸	هوش رقابتی در NGIT : مشخصات پرسش اصلی

مطالعه موردی ششم: انتقال داده به هوش قابل پیگرد : مطالعات موردی کتابچه

تحلیل و سایر محصولات ۱۲

۱۵۹	مقدمه
۱۶۰	کشف موارد فراری تجاوزات زنجیره ای
۱۶۲	امن سازی جام جهانی قهرمانی فوتبال اروپا
۱۶۴	آشکارسازی حقه های به کار رفته در نسخ دارویی
۱۶۷	تحلیل ریسک بالای قتل و حالت های گم شدن افراد
۱۶۹	راهنمای تحلیل کلامبرداری تجاری

مطالعه موردی هفتم: بقا و پیشرفت با وجود زیان مشتری اصلی در شرکت کاوشگر

۱۷۵	مقدمه
۱۷۵	پیش زمینه
۱۷۸	فرصتهای ابتدایی در نمایندگی B
۱۸۲	فرصتهای متوالی در نمایندگی B

مطالعه موردی هشتم: یک متدولوژی برای هوش استراتژیک: یک مدل

۱۸۹	معرفی
۱۹۰	پیش زمینه
۱۹۲	یک مدل نقشه راه برای هوش استراتژیک
۱۹۴	تحلیل بازار
۱۹۵	محصولات
۱۹۵	فناوری
۱۹۶	فعالیت های کسب وکار
۱۹۷	تأیید مدل نقشه راه

۱۹۷	یک ابزار مبتنی بر دانش برای سیستم اطلاعاتی
۱۹۸	تکنیکهای تحلیل داده و استخراج دانش
۱۹۹	مطالعه موردی Bio_MEMS
۲۰۰	گرایشات بازار Bio_MEMS
۲۰۰	شرکتهای Bio_MEMS
۲۰۱	حوزه های کاربردی Bio_MEMS
۲۰۲	محصولات Bio_MEMS
۲۰۳	مواد Bio_MEMS
۲۰۳	تولید وابسته بندی Bio_MEMS
۲۰۴	استاندارد سازی Bio_MEMS
۲۰۴	مراکز تحقیق و توسعه
۲۰۵	دولتها: برنامه ها و سرمایه گذاریهای Bio_MEMS
۲۰۵	سازمانها با ویژگیهای Bio_MEMS ها، گرایشات و گزارشات
۲۰۶	حمایت ابزاری برای مطالعه موردی Bio_MEMS
۲۰۸	نتیجه گیری
۲۰۹	منابع
	مطالعه موردی نهم: نیمه رسانای CI - از آگاهی موجود تا تصمیم گیری اسنادی:
	ساخت یک برنامه بهترین تولید CI در یک تولید کننده جهانی رده بالای IC
۲۱۱	مقدمه
۲۱۳	داستان پس زمینه
۲۱۶	شروع از کجاست: عملیات تطبیقی محک زنی
۲۱۷	مدل پیوندی و پیاده سازی تدریجی
۲۲۰	سال دوم: ایجاد و تثبیت یک تکنولوژی مبتنی بر دانش
۲۲۳	پیوست ۱: اختصارات

پیشگفتار

هوش استراتژیک ترکیب انواع دیگری از هوش برای ایجاد ارزش افزوده اطلاعات و دانش در راستای تصمیم گیری استراتژیک سازمانی است. هوش استراتژیک اغلب در ارتش یا جهان دفاعی برای بزرگ جلوه دادن اطلاعات و دانش که می تواند در سطوح بالای تصمیم گیری مفید باشد، استفاده می شود و اغلب از هوش تاکتیکی یا عملیاتی که بیان کننده سطح پایین تری از هوشمندی است، قابل تفکیک می باشد. در موفقیت کسب و کار، هوش استراتژیک همان معنی را دارد که در ابزار هوشمند ارتش متعارف است. اما نقش اصلی آن تاکید در چگونگی بهتر بودن موفقیت سازمان برای کنترل آینده، چالش ها و فرصت هایی است که موفقیت سازمان را افزایش می دهد.

هوش استراتژیک یکی از موارد بهینه سازی تصمیم گیری رهبران ارشد است. در خلال هم افزایی مدیریت دانش، هوش رقابتی و هوش تجاری ، از هوش استراتژیک به عنوان یکی از تعیین کنندگان کلیدی تصمیم گیری موفق یاد می شود.

به منظور آشنایی خوانندگان با مفاهیم و تکنیک های مطرح شده، مجموعه مطالب ارائه شده در این کتاب در دو بخش تدوین شده است بخش نخست شامل مباحث مدیریت دانش (KM) ، هوش تجاری (BI) و هوش رقابتی (CI) است که در نهایت به هوش استراتژیک ختم می شود. بخش دوم کتاب از مطالعات موردی تشکیل شده است که متخصصان در زمینه های KM ، BI و CI به رشته تحریر درآورده اند. این مطالعات موردی شامل سناریوهای استراتژیک در شرکتهای موتورآلا، AARP ، Northrop Grumman و سایر شرکتهای پیشرو در بازار می باشد.

مفاهيم

1