

عنوان مقاله:

ارائه مدلی از تاثیر اعتقادات معنوی بر رهبری استراتژیک بازار

محل انتشار:

همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت: کسب و کارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش بنیان (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

قاسم احمدی - دانشجوی دکترا مدیریت سیاستگذاری فناوری اطلاعات دانشگاه مازندران

داود کیاکجوری - استاد یار دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

حکیمه کیاکجوری - دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت تحول چالوس

خلاصه مقاله:

محیط پرتلاطم سازمانها و تنوع نیاز انسانها این موضوع را همواره یادآوری می کند که برای دستیابی به اثربخشی سازمانی رهبری استراتژیک امری غیرقابل اجتناب است. معنویت و رهبری، در زمینه رهبری استراتژیک کمک شایانی به این نیاز می کند. پیشرفت آتی در زمینهمعنویت در رهبری، به صراحت بیشتر در ارتباط با سطح تجزیه و تحلیل خواهد بود و نیاز به تفکیک و تمایز بین معنویت شخصی و جمعی خواهد داشت. معنویت عملکرد واسطه ای است و بین توسعه سازنده رهبر و تغییر عقیده و بوسیله شیوه رهبری و بافت سازمانی تعدیل میشود. هدف از نگارش پژوهش حاضر ارائه مدلی مبنی بر چگونگی عملکرد و عقاید مذهبی شخصی رهبری در سطح بالا در ارتباط با تصمیم گیری استراتژیک مدیران، از قبیل طرح هایی برای اطلاعات چهار چوبی و کامل مطرح می گردد. این مدل نقطه آغازینی را برای ملاحظه بسیاری از بیانیه هایمعنویت در سازمان ها فراهم نموده و به عنوان عملکردی برای تئوری چند سطحی معنویت و رهبری به کار می رود به منظور دستابی به هدف فوق، ضمن مرور جامع بر ادبیات موضوعیمربوط، تعاریف مختلفی از هر یک از متغیرها ارائه شد و گام های استقرار معنویت و رهبری استراتژیک ارائه شد. همچنین ویژگی های یک رهبر استراتژیک نیز برشمرده شد. در پایان ضمن جمع بندی مقاله، پیشنهاداتی برای مدیران ارائه شد

کلمات کلیدی:

معنویت، رهبری استراتژیک، عقاید مذهبی، تصمیم گیری، سطح تجزیه و تحلیل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/306822>

