

عنوان مقاله:

ارائه مدلی کاربردی برای تعیین مناسبترین نوع تفکر برای مدیران بازرگانی

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

دکتر سلیمان ایران زاده - ریاست دانشکده مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی تبریز

حسین عماری - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

خلاصه مقاله:

هدف- از نظر اکثر اندیشمندان، تفکر استراتژیک نوعی تفکر راست مغزی است، که با انواع دیگر تفکرهای راست مغزی از قبیل تفکر شهودی، تفکر موازی و ... متفاوت است. همچنین برای چنین تفکری تاکنون چهارچوب کاربردی مشخصی ارائه نشده است. هدف این مقاله طراحی چهارچوبی کاربردی برای چنین تفکری است، که قابل به کارگیری در همه سطوح مدیریتی و همه انواع محیط های سازمانی است. طرح/روش شناسی- این مقاله با انجام یک پژوهش تاریخی و بررسی مستندات علمی درباره تفکر یک استراتژیست، چهارچوبی تئوریک برای نوع تفکر یک مدیر ارائه می کند. یافته ها- در این چارچوب تئوریک جدید، سعی میشود بعد از بررسی محیط تصمیمات یک استراتژیست، بهترین نوع تفکر برای او پیشنهاد شود. لذا در این چارچوب دیدگاه سنتی درمورد تفکر استراتژیک که آن را نوع خاصی از تفکر در برابر انواع دیگر لحاظ کرده، و برای استراتژیست پیشنهاد می کرد. کنار گذاشته شده و به استراتژیک پیشنهاد می کند که در شرایط وضعیتی متفاوت، نوع مناسب تفکر را بکار ببرد. کار برد- اگر از چهار چوب جدید استفاده شود، سازمان قادر می شود، مدیران چپ مغزی، راست مغزی و دو مغزی را در جایگاه متناسب با استعدادشان منسوب کرده و استراتژی هایی را تدوین کند، که ارزشهای مورد انتظار ذینفعان را افزایش دهند.

کلمات کلیدی:

تفکر استراتژیک، تفکر سیستمی، تفکر موازی، تفکر شهودی، تفکر هیبریدی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/66533>

