

## فهرست مندرجات

صفحات	عنوان
۱۳	مقدمه مولفین
۱۴	نحوه شکل‌گیری مفاهیم نوین در مدیریت و سازمان
۲۱	<b>فصل اول: دوسو توانی سازمانی (Organizational Ambidexterity)</b>
۲۳	تعریف دوسو توانی سازمانی
۲۴	انواع دوسو توانی
۲۶	خلاقیت، نوآوری و دوسو توانی
۲۹	تیم مدیریت ارشد (TNT) و دوسو توانی
۳۰	تاثیر دوسو توانی بر کارآفرینی
۳۲	حافظه سازمانی، عملکرد محصول جدید (NDP) و دوسو توانی
۳۷	<b>فصل دوم: فراموشی سازمانی (Organizational Forgetting)</b>
۳۹	مفهوم فراموشی در روانشناسی
۳۹	مفاهیم مرتبط با فراموشی سازمانی
۴۱	تعریف فراموشی سازمانی
۴۲	انواع فراموشی در سازمان
۴۴	دلایل انواع فراموشی در سازمان
۴۵	تفاوت یادگیری زدایی و فراموشی در سازمان
۴۶	جهت‌گیری‌های آینده در فراموشی سازمانی
۴۹	<b>فصل سوم: سوت سازمانی (Organizational Whistle)</b>
۵۰	تعریف سوت سازمانی
۵۱	ویژگی‌های سوت‌زنها
۵۲	شخصیت و سوت‌زنی

۵۳	شیوه‌های پاسخ به وضعیت نامطلوب
۵۵	سوت و سکوت سازمانی
۵۷	سوت و شفافیت سازمانی
۶۱	<b>فصل چهارم: تئوری آشوب و سازمان (Chaos Theory and Organization)</b>
۶۴	تعریف آشوب
۶۴	ویژگی‌های تئوری آشوب
۷۲	از نیوتون تا آشوب
۷۳	دنیای کاری غیرخطی و جدید
۷۵	آشوب یک پارادایم جدید!
۷۶	مسئولیت برنامه‌ریزی در مقابل یک محیط آشوبناک
۷۷	مدل‌های آشوبناک
۷۸	ساختن یک سازمان Chordic
۸۳	<b>فصل پنجم: سازمان‌های فراکتالی (Fractal Organizations)</b>
۸۶	تعریف فراکتال
۸۶	پیدایش مفهوم فراکتال
۸۶	انواع فراکتال
۸۸	ویژگی‌های فراکتال‌ها
۹۱	محاسبه و کاربرد فراکتال‌ها
۹۲	کاربردهای فراکتال در علوم مختلف
۹۵	کاربردهای فراکتال در جنبه‌های مشابه مدیریت
۹۶	سازمان فراکتالی
۹۸	مدل فرآیند فراکتال

۱۰۳	فراکتال و آشوب
۱۰۹	<b>فصل ششم: سیاه چاله‌های سازمانی (Organizational Black Holes)</b>
۱۱۱	تعریف سیاه چاله
۱۱۲	سیاه چاله‌های سازمانی
۱۱۳	انواع سیاه چاله‌های سازمانی
۱۱۳	نحوه شکل‌گیری سیاه چاله‌های سازمانی
۱۱۴	دانش؛ مدیریت دانش؛ مهندسی دانش و سیاه چاله‌ها
۱۱۷	سیاه چاله دانش
۱۱۹	تعقل‌گرایی، پست مدرنیسم و سیاه چاله‌ها
۱۲۱	استعاره سیاه چاله‌ها و رهبری سازمانی
۱۲۴	درمان سیاه چاله‌های سازمانی
۱۲۹	<b>فصل هفتم: نسل Z و سازمان (Z-Generation and organization)</b>
۱۳۰	تعریف نسل
۱۳۱	مفاهیم مرتبط با مفهوم نسل
۱۳۲	معیارهای تشخیص گسست نسل‌ها
۱۳۳	عوامل گسست نسل‌ها
۱۳۴	طبقه‌بندی نسل‌ها
۱۳۶	ویژگی‌های نسل X-Y و Z
۱۴۰	تغییر مفاهیم بازاریابی
۱۴۲	الگوی مصرف نسل Z
۱۴۳	بازار کار
۱۴۶	روش‌های پشتیبانی از نسل Z