

صفحه	فهرست مطالب
۱۵	● یادداشت ناشر
۱۷	● یادداشت مترجم
۱۹	● مقدمه

صفحه	فصل اول: نوآوری
۲۰	● 'پیشرفتهای چشمگیر چگونه روی می دهند'
۲۲	● مردم نوآوریها یا فناوری را نمی خرند، آنان نوآوریهایی را می خرند که مسائلشان را حل می کنند
۳۶	● با دیگران خوب بازی نمی کند: نقش فناوری مخرب
۳۸	● راه و روش خبرگی فردی: هنر اندیشیدن به طور روش مند
۳۹	تفکر سیستمی
۳۹	خبرگی فردی
۴۰	مدلهای ذهنی
۴۱	ساختن پنداره مشترک
۴۱	یادگیری تیمی
۴۴	● مسیر نامطمئن پیشرفتهای چشمگیر و جاده منتهی به سود: مثال فرآورده های دارویی و فناوری زیستی

صفحه	فصل دوم: ادامه پذیری و محیط
۵۱	● 'کسب و کاری که هیچ چیز جز پول نسازد، نوع ضعیف کسب و کار است'
۵۲	● کسب و کار ادامه پذیر - کسب و کار پاسخگوست
۵۳	● ای زمین، ما مسئله داریم
۵۷	● چرا متابعت از شور و شوقها بتان به منفعت منجر می شود
۶۳	● سه یارد و ابری از گردوغبار: رویکرد کالیبر کوچک به جهانی شدن
۶۵	

صفحه	فصل سوم: مالی و حسابداری
۷۱	● 'ما دیگر در کانساز نیستیم': واقع بین شدن در مورد ارقام و معنای آنها
۷۲	● مالی، عبارت است از هنر و علم رشد پایدار، ثروت سازی، و ایجاد شغلها
۷۳	مکعب تأمین مالی شرکت
۷۴	شرکت
۷۶	صنعت
۷۷	بازارهای سرمایه
۷۸	اقتصاد
۷۸	مقررات تنظیم کننده
۷۸	جامعه
۷۹	

۸۰	اهمیت سرمایه انسانی
۸۱	● واقعیت، نه افسانه: صورتهای مالی برای جهان واقعی
۸۲	ملاقات با دولتها: GAAP و GAAS
۸۳	دردسر در بهشت آرام حسابداری
۸۴	دیدار با بعضی از بچه های بد
۸۶	خفته در هنگام تغییر اوضاع
۸۷	چاره جویبها
۸۷	آیا این چاره جویبها مؤثر واقع می شوند
۹۱	● مجلس یادبود برای بازی درآمد
۹۲	● شفافیت: خواندن دست غیبگویان وال استریت
۹۷	● درباره اختیار خرید سهام

● فصل چهارم: راهبرد

۹۹	● مطمئن شوید که برسر دوراهی، مسیر درست را انتخاب می کنید- درباره اهمیت مسیر راهبردی
۱۰۰	● ظهور و سقوط برنامه ریزی راهبردی
۱۰۲	دامهای برنامه ریزی
۱۰۴	مغله های برنامه ریزی راهبردی
۱۰۴	مغله پیش بینی
۱۰۵	مغله جدایی
۱۰۵	مغله فرمول بندی
۱۰۶	برنامه ریزی، برنامه ها، و برنامه ریزان
۱۰۷	برنامه ریزی به عنوان برنامه نویسی راهبردی
۱۰۷	برنامه ها به عنوان ابزارهای ایجاد ارتباط و کنترل
۱۰۸	برنامه ریزان به عنوان کارگزاران راهبرد
۱۰۸	برنامه ریزان به عنوان تحلیل گران
۱۰۹	برنامه ریزان به عنوان کاتالیزورها
۱۰۹	برنامه ریزان چپ دست و راست دست
۱۱۰	مرز فرمول بندی
۱۱۲	● مکان، مکان، مکان: خوشه ها و رقابت
۱۱۲	یک خوشه چیست؟
۱۱۲	مکان و رقابت
۱۱۵	خوشه ها و شکل گیری کسب و کار جدید
۱۱۶	اقتصاد اجتماعی خوشه ها

- سودها به همین راحتی به دست نمی آیند: جست و جو برای منطقه سود دائم تغییر ۱۱۸
- سود کجا امکان پذیر خواهد بود؟ ۱۱۸
- درک سودها با ملاکهای خودتان ۱۱۹
- بازآفرینها به طرز دیگری درباره سودآوری می اندیشند ۱۲۰
- جای گذاری مشتری در صف مقدم ۱۲۲
- سیستم: اندازه گیری و مدیریت راه تان به سوی موفقیت با استفاده از کارت ارزیابی متوازن ۱۲۳
- الزامات فرهنگی ۱۲۴
- ۱. تعهد مدیریت رده بالا ۱۲۵
- ۲. حسی از اضطرار ۱۲۵
- ۳. رویکرد روش مند (سیستماتیک) ۱۲۶
- ۴. پروژه های آزمایشی ۱۲۶
- ۵. درگیر شدن گسترده سازمان ۱۲۶
- ۶. یکپارچگی با دیگر سیستمهای مدیریت ۱۲۷
- ۷. ظرفیت تغییر سازمانی ۱۲۷
- الزامات ساختاری برای پی اس سی ۱۲۸
- ۱. سنجشهای بیش از حد ۱۲۸
- ۲. سنجشهای غلط ۱۲۹
- ۳. سنجشهای بد تعریف شده ۱۲۹
- ۴. نبود یا نامناسب بودن هدفهای برجسته ۱۲۹
- ۵. عدم صف آرائی در برابر عوامل اقدام ۱۳۰
- ۶. استفاده از فراگرد بهبود منسوخ ۱۳۰
- ۷. بی صبری ۱۳۱
- آیا انجام تمام این تلاشها ارزش دارد؟ ۱۳۱

● فصل پنجم: مدیریت

- مدیریت: دریافت پول برای امتیازی که دیگر افراد کسب می کنند ۱۳۲
- چرا اجرا منبع رقابت پذیری است؟ ۱۳۶
- تمرکز مجدد بر عملیات و اجرا ۱۳۷
- انتظار داشته باشید که تغییر، حتی بیش از آنچه فکر می کنید به طول بینجامد ۱۳۸
- یاد بگیرید که به شکل متفاوتی تنفس کنید ۱۳۹
- بزرگ فکر کنید و وسعت ببخشید ۱۴۱
- نادان، این فراگرد است! جست و جوی کسل کننده برای یافتن مدلهای کسب و کار بهتر ۱۴۲
- دستگاه مرتب و منظم: مدلهای سازمانی ای که عمل می کنند ۱۴۷

- کار کردن در یک تیم و دیگر فعالیتهای غیرطبیعی کسب و کار ۱۵۱
- تفویض اختیار ۱۵۳
- همچون تلاش برای راندن گربه ها: راهبرد دوپهلوی رقابت درون سازمانی ۱۵۶
- فناوری اطلاعات برای افراد کت و شلواری ۱۶۰
- زندگی کردن در جهانی توأم با رژیم فناوری ۱۶۰
- مواد درسی فناوری برای کت و شلوارها ۱۶۱
- فرصت اطلاعات ۱۶۱
- بهره‌هوشی کاربرد ۱۶۲
- اقتصاد اطلاعات ۱۶۴
- تبادل اطلاعات ۱۶۴
- جامعه شناسی / انسان شناسی طرف تأمین ۱۶۴
- مناطق خطر مدیریت اطلاعات ۱۶۵
- هفت قانون بقا، مدیریت از طریق زمانهای متغیر ۱۶۶
- هفت قانون بقا ۱۶۸

● فصل ششم: منابع انسانی

- چرا مغزها بر زور بازوها پیروز می شوند ۱۷۲
- چیزهایی را که از همه بهتر می دانیم، همان چیزهایی هستند که به ما درس نداده اند: چگونه دانش در سازمانها محقق می شود. ۱۷۳
- پرتالها به ناکجا آباد؟ ۱۷۴
- شرکتها توده های انبوهی از تیمها هستند ۱۷۶
- معماری دانش و محتوای خارجی ۱۷۷
- معماری دانش + تشریک مساعی = انتشار ۱۷۹
- نتیجه گیری: مرزهای سازمان ۱۷۹
- سرمایه فکری، نه سرمایه مالی، ارزش ساز است ۱۸۰
- هدایتگرهای افراد با استعداد ۱۸۱
- افراد به عنوان منابع راهبردی ۱۸۲
- وقتی داراییها شب هنگام محوطه پارکینگ را ترک می کنند: حفظ و انگیزاندن کارکنان دانشی ۱۸۳
- اگر ارزش آفرینی نکنید، یک کار آفرین واقعی نیستید ۱۸۹
- اما اکنون ما بسیار هوشمندتریم ۱۹۰
- نوآوری و تجاری سازی: گشودن قفل ارزش مالکیت معنوی ۱۹۳
- شواهد بیشتر ۱۹۵
- نوآوری مشتق شده از مشتری ۱۹۶
- مدیریت ریسک بازار ۱۹۷
- ابزارهایی برای همکاری ۱۹۹
- آیا مدیران ارشد اجرایی اتحادیه تشکیل خواهند داد؟ ۲۰۳

۲۰۵	● آیا سرمایه‌ای برای داد و ستد وجود خواهد داشت؟ تکامل صنعتی که اعتبار مالی نوآوری را تأمین می‌کند
۲۰۵	تکامل سرمایه‌گذاری معاملاتی
۲۰۵	کارگاه خانگی
۲۰۶	جوینده روند ابرستاره
۲۰۶	عصر بدون خطریذیری، بی‌معامله جدید
۲۰۶	پیامد و تجسّد بعدی
۲۰۷	بازگشت به اصول
۲۰۸	تخصصی شدن در داخل طبقه دارایی شرکت معاملاتی
۲۰۹	شفافیت و گزارش‌دهی
۲۱۰	آیا سرمایه‌گذاری معاملاتی به بلوغ می‌رسد؟

● فصل هفتم: چگونه یک رهبر باشید و باقی بمانید تا درباره آن صحبت کنید ۲۱۱

۲۱۲	● چگونه یک رهبر باشید و باقی بمانید تا درباره آن صحبت کنید
۲۱۳	● رهبری، ۱ درصد الهام، و ۹۹ درصد عرق ریختن است
۲۱۳	این، حوزه کاری، رهبری است
۲۱۳	اعمال رهبری، کار مشکل و خطرناکی است
۲۱۶	● هفت باور غلط درباره رهبری و اینکه چه کسی باید مدیر ارشد اجرایی باشد
۲۱۶	انکار بر بازار کار بیرونی: ساختن در برابر خریدن
۲۱۷	آسیب‌شناسی هدفهای توالی جانشینی موعود باورانه
۲۱۷	هفت باور غلط درباره توالی جانشینی صدر رهبری
۲۱۷	باور غلط شماره ۱: از حیث مدیر ارشد اجرایی با استعداد، کمبود وجود دارد.
۲۱۸	باور غلط شماره ۲: استخدام مدیران ارشد اجرایی از بیرون، کلاً بهتر است.
۲۱۹	باور غلط شماره ۳: استخدام مدیران ارشد اجرایی از داخل، کلاً بهتر است.
۲۲۰	باور غلط شماره ۴: فرهمندی، درست مثل معرکه‌گیری در یک شرکت خالی، و خود-جاه‌طلبی است.
۲۲۱	باور غلط شماره ۵: مدیران ارشد اجرایی تکرر، مجریان بهتری هستند.
۲۲۲	باور غلط شماره ۶: شکستها، شغل‌های نامزدهای مدیر ارشد اجرایی را از مسیر خارج می‌کنند.
۲۲۲	باور غلط شماره ۷: مدیران ارشد اجرایی در حال رفتن، باید بلافاصله هیئت مدیره را ترک گویند تا به جانشینان و مدیران همکار امکان داشتن حسن سابقه داده شود.
۲۲۳	توالی جانشینی به عنوان یک فراگرد پیوسته
۲۲۴	● این همه رهبر کجا رفته‌اند؟
۲۲۵	سرمایه‌داری - قربانی موفقیت خود
۲۲۶	موردی برای رهبری جدید

● فصل هشتم: بازاربایی ۲۲۹

- در یابید آنان چه می خواهند و آن را چگونه می خواهند و آن را درست به همان شیوه به آنان بدهید ۲۳۰
- ده فرمان بازاریابی ۲۳۲
- ده رهنمون برای راهبرد مؤثر بازاریابی ۲۳۳
- نتیجه گیری: یکی کردن تمام رهنمونها ۲۳۹
- شکار چیان و کشاورزان: ایجاد فروشهای مشتری محور و تیم بازاریابی ۲۳۱
- چرا باید در خصوص هماهنگی بازاریابی/فروش نگران بود؟ ۲۴۱
- مسائل هماهنگی مرکزی ۲۴۲
- راه حلها: یک رویکرد یکپارچه نسبت به یکپارچگی ۲۴۳
- چگونه سفارشی سازی انبوه، جنس مناسب را به دست مشتریان می رساند ۲۴۵
- از مجموع صفر تا بُرد - بُرد: قیمت گذاری مبتنی بر عملکرد ۲۳۹
- یک مثال ۲۴۹
- مزایا ۲۵۰
- کاربردها و محدودیتها ۲۵۱
- رهنمونهای کاربرد ۲۵۲
- ۹۰ درصد بر روی چه کسی، ۹ درصد بر روی چه چیزی، و ۱ درصد بر روی چگونگی صرف کنید: علم و هنر نام گذاری تجاری یا برندسازی ۲۵۳
- نامهای تجاری و محصولات و خدمات کم اختلاف با هم ۲۵۵
- چه کسی، چه چیزی و چگونه ۲۵۶
- چه کسی ۲۵۶
- چه چیزی ۲۵۸
- چگونگی ۲۶۰
- افکار پایانی ۲۶۰
- از محصول بی کیفیت تا محصول بسیار با کیفیت تا کیف پول ابریشمی: چگونه یک محصول کالایی را به یک کالای ویژه تبدیل کنیم ۲۶۲
- کالاهای ویژه در مقابل کالاها ۲۶۲
- چهار ارزش مشتری ۲۶۳
- پویاییهای آهن ربای کالا ۲۶۳
- بینابینی وسیع ۲۶۴
- حرکت دادن کالاهای معمولی به سمت کالاهای ویژه ۲۶۴

● فصل نهم: ارتباط

- یک فرد ابله ممکن است حرف بزند، اما یک فرد خردهمند سخن می گوید ۲۶۷
- درست صحبت کردن قیمتی است: قدرت و تأثیر ارتباط شرکتی ۲۶۸
- چرا به ارتباط شرکتی باید اهمیت داد؟ ۲۷۰
- ۲۷۰

۲۷۱	انتخاب یک رویکرد راهبردی نسبت به ارتباط
۲۷۲	مدیریت هویت، تصویر، و شهرت
۲۷۵	نتیجه‌گیری پیوند ارتباط شرکتی با مأموریت
۲۷۸	● این هرگز کم‌زدن نیست: چطور با مطالبات صحبت کنید
۲۷۹	هنر صحبت کردن با روزنامه‌نگاران
۲۸۱	اما خارج از چارچوب بود!
۲۸۲	کوتاهش کنید
۲۸۳	شما برای مقام و منصب فعالیت نمی‌کنید
۲۸۴	سافت بالها، هاردبالها و بین بالها

۲۸۷	● فصل دهم: جوجه را آخر پاییز می‌شمارند
۲۸۸	● ایده‌های خوب بد از آب درآمدند
۲۸۹	● مهندسی مجدد
۲۹۱	● تأثیر واقعی اینترنت
۲۹۵	● زمانی که اتفاقات بدی برای محصولات خوب پیش می‌آید: آنچه از شکست کامل اپل III می‌توانید بیاموزید

۲۹۹	● یادداشتهای
-----	--------------

۳۰۵	● درباره نویسندگان
-----	--------------------

۳۱۷	● قدر دانی
-----	------------