

۱۷	مقدمه
۱۹	فصل اول: معرفی حکمرانی دیجیتال
۲۰	چکیده
۲۰	بیانیه حکمرانی دیجیتال
۲۴	دامنه حکمرانی دیجیتال
۲۸	نقش نهاد حکمران
۳۲	درمورد این کتاب
۳۴	فصل دوم: راهبرد حکمرانی دیجیتال
۳۵	چکیده
۳۶	راهبرد برای فناوری دیجیتال
۳۷	توافق بر سر وضعیت فعلی
۴۰	توسعه چشم انداز
۴۲	ما چگونه به آنجا خواهیم رسید؟
۴۲	رویکردی عمل گرایانه به حکمرانی دیجیتال
۴۳	اصول راهبردی
۴۴	دستیابی به حکمرانی خوب
۴۷	اصول حکمرانی راهبردی
۴۷	اصل ۱. اشراف بر موضوع
۴۸	اصل ۲. مدیر ارشد مسئول پاسخ گویی
۴۸	اصل ۳. آگاهی موقعیتی
۴۹	اصل ۴. خط مشی ها و اصول اخلاقی
۵۲	اصل ۵. مدیریت اطلاعات
۵۳	اصل ۶. مدیریت مخاطرات
۵۵	اصل ۷. به کارگیری فناوری مناسب
۵۵	اصل ۸. تجربه مشتری یکپارچه

۵۷	اصل ۹. مشارکت جامعه
۵۸	اصل ۱۰. برنامه ریزی تاب آوری
۵۸	اصل ۱۱. اثربخشی و بهبود مستمر
۵۹	اصل ۱۲. انعطاف پذیری
۵۹	ایجاد تغییر راهبردی

## فصل سوم: مدیریت تغییر سریع در دنیای دیجیتال

۶۱	چکیده
۶۲	فرصت دیجیتال
۶۳	سرعت تغییر
۶۵	مسائل فناوری
۶۶	مدیریت فناوری
۶۷	مدیریت تغییرات سریع
۶۸	شروع کنیم
۶۸	هشیار بودن در برابر مخاطرات
۶۹	مدیریت موفقیت آمیز مخاطرات فناوری
۷۰	محیط کسب و کار خود را درک کنید
۷۲	رهبری فعال ارائه دهید
۷۳	دیجیتال شدن درست
۷۴	برنامه ریزی برای تغییر
۷۵	ترویج ساختار مناسب
۷۶	پرهیز از گرایش کوتاه مدت
۷۷	ضرر اولین پیشگام؟
۷۷	مورد توجه قرار دادن مردم
۷۸	تشویق نوآوری
۸۱	رسیدن به تعالی
۸۲	نظارت بر موفقیت
۸۳	پروژه‌ها یا برنامه‌ها؟

## فصل چهارم: دیجیتال شدن عملیات درونی

۸۶	چکیده
۸۷	درک دیجیتال شدن
۸۹	محرك‌های فناوری
۹۰	فرآیندهای دیجیتال شدن
۹۴	حرکت به سمت فضای ابری
۹۶	ارائه دلیل و برهان برای دیجیتال شدن فرآیند
۹۶	بازده و کاهش اتلاف
۹۸	بهره‌وری و بازدهی
۹۹	داده‌ها و اطلاعات

۱۰۰	مزایایی فراتر از بازده و داده
۱۰۱	مسائل مربوط به دیجیتال شدن
۱۰۱	چه زمانی نیاز به دیجیتال شدن نیست؟
۱۰۳	شروع از صفر
۱۰۴	مراقبت و پیشگیری از مخاطرات
۱۰۵	مدیریت اموال دیجیتال
۱۰۶	ثبت دارایی‌های دیجیتال
۱۰۸	مالکیت در مقابل اجاره دارایی

## فصل پنجم: تحول در خدمات و محصولات

۱۱۰	چکیده
۱۱۱	مدل‌های تحول دیجیتال
۱۱۲	محصولات و خدمات ارتقایافته دیجیتال
۱۱۲	سازگاری با خدمات دیجیتال
۱۱۴	سفارشی‌سازی به‌عنوان معیار
۱۱۴	شخصی‌سازی
۱۱۵	ارائه اطلاعات
۱۱۵	اطلاعاتی‌سازی
۱۱۶	دیجیتالی‌بودن
۱۱۶	زیست‌بوم‌های دشوار
۱۱۶	محصولات دیجیتال شده
۱۱۷	از اتم تا پیکسل
۱۱۸	استفاده مجدد از زیرساخت
۱۱۸	استفاده مجدد از داده‌ها
۱۲۰	برون‌یابی داده‌ها
۱۲۰	مدل‌های جدید کسب‌وکار
۱۲۱	اقتصاد اشتراکی
۱۲۱	قیمت‌گذاری بر اساس استفاده
۱۲۲	خدمات رایگان محدود
۱۲۲	تعهدات جدید
۱۲۲	وادار کردن مشتریان به انجام کار

## فصل ششم: بازاریابی و فروش دیجیتال

۱۲۴	چکیده
۱۲۵	درک کردن مصرف‌کنندگان
۱۲۶	افسانه بازاریابی دیجیتال
۱۲۸	گفت‌وگو با مصرف‌کنندگان
۱۲۹	حکمرانی دارایی‌های بازاریابی
۱۳۰	کمپین‌های تبلیغاتی برخط

۱۳۲	رسانه‌های اجتماعی
۱۳۷	مدیریت شهرت
۱۳۹	فروش
۱۳۹	فناوری فروش
۱۴۰	بهبود تجربه خرید
۱۴۱	قیمت‌گذاری
۱۴۳	یافتن افراد مناسب

## فصل هفتم: تفکر دیجیتال در ادغام اکتساب و سرمایه‌گذاری خطرپذیر

۱۴۵	چکیده
۱۴۶	اکتساب خدمات به‌جای سازمان‌ها
۱۴۸	ارزیابی تناسب
۱۴۸	حفظ تمرکز بر دیجیتال
۱۴۹	سرمایه‌گذاری شرکتی و استارت‌آپ
۱۵۱	افشای داده‌ها و اتاق‌های داده
۱۵۲	ده فرمان برای اتاق‌های داده
۱۵۳	اهتمام کافی
۱۵۵	مفاد معامله
۱۵۷	معامله انجام شد، حالا چه کار کنیم؟
۱۵۸	تکامل فرهنگی
۱۵۸	راهبرد فناوری
۱۵۹	بررسی پس از اجرا
۱۶۲	

## فصل هشتم: فناوری دیجیتال در حسابداری و مدیریت مالی

۱۶۳	چکیده
۱۶۴	مشکل
۱۶۵	تصمیم‌گیری بهتر توسط هیئت‌مدیره
۱۶۷	فرصت
۱۶۷	داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۶۹	پیش‌نیازهای داده‌های مالی
۱۷۱	خودکارسازی در امور مالی
۱۷۲	یکپارچگی فرآیند امور مالی
۱۷۴	درک درست (و اشتباه)
۱۷۵	

## فصل نهم: منابع انسانی در عصر دیجیتال

۱۷۸	چکیده
۱۷۹	استخدام
۱۸۱	«نام تجاری کارفرما»
۱۸۵	رفتار با داوطلبین به‌عنوان مشتری
۱۸۶	

۱۸۶	مدیریت انتقادهای رسانه‌های اجتماعی
۱۸۷	روانه‌سازی
۱۸۹	مدیریت کارگران
۱۸۹	استفاده از داده‌ها
۱۹۰	احساساتی شدن در محل کار
۱۹۱	انگیزه
۱۹۲	مدیریت معقول ایمیل
۱۹۴	مشوق‌ها
۱۹۵	گفتن «متشکرم»
۱۹۵	حریم خصوصی
۱۹۶	مسائل سلامت و ایمنی
۱۹۷	خروج
۱۹۸	ارتقای بشر
۱۹۹	سواد و مهارت‌های دیجیتال
۲۰۲	مدیریت دانش
۲۰۴	فرهنگ دیجیتال

## فصل دهم: تضمین انطباق دیجیتال

۲۰۷	چکیده
۲۰۸	چرا باید به انطباق اهمیت دهیم؟
۲۱۰	منابع تعهدات انطباق
۲۱۱	منطبق شدن
۲۱۳	تعهد نه انکار
۲۱۴	تعهد یا اختیار: چه چیزی معقول است
۲۱۴	نقش استانداردها
۲۱۶	جهان استانداردها
۲۱۷	استانداردهای سیستم مدیریت
۲۱۸	تعهدات انطباق در حال ظهور
۲۱۹	منطق انطباق
۲۲۱	چالش‌های انطباق فناوری دیجیتال
۲۲۲	استانداردهای فناوری دیجیتال
۲۲۲	انجام دادن کاری که گفتید انجام می‌دهید
۲۲۴	ارزیابی‌ها، ممیزی‌ها، KPIها و گزارش دادن
۲۲۵	تضمین به اطمینان‌دهندگان
۲۲۶	مزایای انطباق تضمین‌شده
۲۲۶	ظهور رگ‌تک
۲۲۷	

## فصل یازدهم: امنیت سایبری و اطلاعات

۲۲۹	چکیده
۲۳۰	

۲۳۱	این همه سروصدا برای چیست؟
۲۳۳	نام چه اهمیتی دارد؟
۲۳۴	نگاه کل نگر به مسئله
۲۳۶	تدوین یک راهبرد
۲۳۶	مدیریت مخاطرات سایبری
۲۳۶	فیشینگ
۲۳۷	تهدیدهای پیشرفته و مستمر
۲۳۸	باچ افزار
۲۳۹	انجام ارزیابی دقیق مخاطرات
۲۴۰	مخاطرات در زنجیره تأمین
۲۴۲	حفاظت لایه‌ای: افراد، فرآیند و فناوری
۲۴۳	کنترل‌هایی برای حفاظت لایه‌ای
۲۴۴	کارایی در مقابل امنیت
۲۴۴	مدیریت دارایی‌هایی که کنترل نمی‌کنید
۲۴۶	نرم افزار شخصی
۲۴۶	حفاظت از طریق افراد
۲۴۷	آموزش و آگاهی
۲۴۷	تغییر فرهنگی
۲۴۸	حفاظت از طریق فرآیند
۲۴۸	خط‌مشی‌ها
۲۴۹	استانداردها و بهترین شیوه‌ها
۲۵۰	فرآیندهای عملیاتی و سیستم‌های مدیریتی
۲۵۱	تعبیه امنیت با فلسفه ایمنی از طریق طراحی (Secure-by-Design)
۲۵۱	حسابرسی‌ها
۲۵۲	بیجه سایبری
۲۵۳	حفاظت از طریق فناوری
۲۵۳	نقش هیئت‌مدیره در امنیت
۲۵۴	داشتن انتظارات واقع‌بینانه
۲۵۵	این کار را چگونه انجام می‌دهیم؟
۲۵۶	همکاری با مدیر ارشد امنیت اطلاعات
۲۵۶	مدیر ارشد امنیت اطلاعات یا مدیر ارشد حفاظت از داده‌ها؟
۲۵۷	صحبت با هیئت‌مدیره در مورد امنیت
۲۵۹	دریافت کمک و مشارکت در افزایش حرفه‌ای بودن
۲۵۹	ارائه یک فرهنگ بدون پشیمانی...
۲۶۱	<b>فصل دوازدهم: ارائه حریم خصوصی دیجیتال</b>
۲۶۲	چکیده
۲۶۳	حریم خصوصی: یک تقدم حیاتی
۲۶۴	افزایش حجم داده‌های مداخله‌گر فزاینده
۲۶۵	GDPR: حقوق و مسئولیت‌های جدید

۲۶۵	حقوق حریم خصوصی جدید
۲۶۶	مجازات‌های افزوده
۲۶۸	سایر پیامدهای نقض حریم خصوصی
۲۶۸	مراجع قانونی حریم خصوصی
۲۶۹	انطباق حریم خصوصی
۲۷۰	پردازش داده‌ها
۲۷۱	اطلاعات شخصی
۲۷۱	به هر حال، به راستی همه چیز حساس است، درست است؟
۲۷۳	پردازش قانونی برای اهداف خاص
۲۷۴	رضایت ضمنی در مقابل رضایت عملی
۲۷۴	حریم خصوصی: مبادله‌ای میان اصل و عمل‌گرایی
۲۷۵	درخواست‌های دسترسی به موضوع
۲۷۶	انجام درست
۲۷۷	معضلات فرهنگی، محدودیت‌ها و محرومیت‌ها
۲۷۹	سایر فرآیندهای مورد نیاز
۲۷۹	مسئولیت نیابتی کارفرمایان
۲۸۱	جاسازی حریم خصوصی و به حداقل رساندن مخاطرات

## فصل سیزدهم: به تاب‌آوری دیجیتال فکر کنید

۲۸۳	چکیده
۲۸۴	یک نام باشکوه برای تداوم کسب‌وکار؟
۲۸۵	تاب‌آوری: چند تعریف
۲۸۶	دامنه تاب‌آوری
۲۸۸	پایه‌های تاب‌آوری
۲۸۸	آگاهی از موقعیت و پاسخ‌گویی به مخاطرات
۲۸۹	فکر کردن به نتایج، نه راه‌اندازها
۲۸۹	برنامه‌ریزی تاب‌آوری محول شده اما هماهنگ
۲۹۰	متوازن کردن تصمیم‌های تاکتیکی با اهداف راهبردی
۲۹۰	قابلیت سازگار بودن
۲۹۱	خودداری از وابستگی افراطی
۲۹۱	چالش‌های تاب‌آوری
۲۹۲	آزمون و تکرار
۲۹۴	مدیریت تنش
۲۹۵	اهمیت ارتباطات مؤثر
۲۹۷	درس آموختن و مرور

## فصل چهاردهم: فناوری دیجیتال نوظهور

۲۹۸	چکیده
۲۹۹	کلان‌داده
۳۰۰	

۳۰۱	به‌کارگیری کلان‌داده
۳۰۲	خودکارسازی فرآیند ریاتیک و سامانه‌های خودگردان
۳۰۵	هوش مصنوعی
۳۰۸	اینترنت اشیا
۳۰۹	پوشیدنی‌های دیجیتال
۳۱۰	چاپ سه‌بعدی
۳۱۱	دفترکل توزیع‌شده و بلاکچین
۳۱۳	واقعیت مجازی و واقعیت افزوده
۳۱۳	طیف واقعیت ترکیبی
۳۱۵	درون‌کاشت‌ها و واسط‌های مغز و رایانه
۳۱۶	آیا همه این راهکارها بی‌فایده هستند
۳۱۷	قانون مور
۳۱۷	اثر مرکب
۳۱۹	تجزیه و تحلیل انجام دهید و با دقت اتخاذ کنید