**عنوان موردکاوی:**

**(می‌تواند دربرگیرنده نام شرکت، بازار یا صنعت، مفهوم و موضوع اصلی مورد مطالعه باشد، عنوان باید کوتاه و رسا، دلنشین و گیرا، نمایانگر محتوای قضیه و برانگیزاننده حس کنجکاوی در خواننده باشد)**

**نام و نام خانوادگی نویسنده اول**

سطر 1: وابستگی سازمانی

سطر 2: شهر، کشور

سطر 3: نشانی ایمیل – اختیاری

**نام و نام خانوادگی نویسنده دوم**

**چکیده:**

در این بخش تبیین شود که این مورد مدیریتی در کدام شرکت یا صنعت به‌وقوع پیوسته و آن شرکت در چه منطقه جغرافیایی قرارداشته و در چه بازه زمانی به بررسی آن پرداخته شده است. همین‌طور موضوعات اصلی و فرعی تحت پوشش مورد بررسی در این بخش عنوان شود.

در متن خلاصه باید مستقیما به مسئلة مورد مطالعه، اهداف، روش پژوهش، یافته‌‌ها و نتایج اشاره شود. متن خلاصه با فونت B Nazanin) اندازه 12) و با یک خط فاصله نوشته شود. طول خلاصه در موردکاوی نباید کمتر از 150 کلمه و بیشتر از 300 کلمه باشد. خلاصه باید کامل و فقط در یک پاراگراف آورده شود. از اشاره به مراجع و کلیات تحقیق در خلاصه خودداری گردد. نکته مهم این است که صفحه اول موردکاوی فقط باید حاوی عنوان موردکاوی، نام نویسندگان و موسسه و ایمیل آن­ها، خلاصه و واژگان کلیدی باشد و متن اصلی موردکاوی باید از صفحه دوم آغاز شود.

**واژگان کلیدی:** بین 5-3 واژه که با کاما (،) از هم جدا شده و در یک خط باشند (فونتB Nazanin - اندازه 12). از موضوعات اصلی و فرعی می‌توان در این بخش بهره گرفت.

1. **متن اصلی قضیه سازمانی**

قضیه سازمانی عبارت است از موضوع یا مساله‌ای که از برش یا مقطعی از زندگی سازمانی، گزینش شده و مورد توجه و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد و برای آن راه‌حل‌یابی شود.

برای تدوین قضیه سازمانی طی مراحل زیر ضروری است:

1. دریافت و تبیین مشکل
2. جمع‌آوری اطلاعات درباره مشکل
3. تدوین نهایی قضیه
	1. **مرحله اول: دریافت و تبیین مشکل**

برای تبیین مشکل باید به محیط واقعی سازمان وارد شد و از میان مسائل و مشکلاتی که دغدغه مدیران یا کارکنان آن سازمان است، یکی را برگزید و در قالب قضیه تنظیم نمود. تشخیص صحیح مشکل و تبیین آن در موفقیت مراحل بعدی نقش تعیین‌کننده دارد. بهتر است مشکل و مساله اصلی در حوزه‌ای انتخاب شود که تدوین‌‌کننده در آن دانش و تخصص نسبی داشته باشد تا بتواند مشکل را به‌درستی درک نموده و تبیین نماید.

* 1. **مرحله دوم: جمع‌آوری اطلاعات در باب مشکل**

بعد از آنکه مساله اصلی شناسایی شد، بایستی درباره آن اطلاعات بیشتری کسب نمود و سپس برای مستندسازی آن اقدام کرد. برای تدوین دقیق مساله می‌توان از روش‌های مصاحبه و مشاهده بهره گرفت. برای یک مصاحبه موفق، مصاحبه‌گر به نکات زیر توجه کند:

* + 1. به افرادی که درگیر مساله بوده‌اند، مراجعه کند.
		2. به صحبت‌های آنها با دقت گوش داده و آن را مستند کند.
		3. به آنچه مصاحبه‌شونده از گفتن آن خودداری می‌کند توجه کند.
		4. به مصاحبه‌شونده کمک کند تا اطلاعات مورد نیازش را در اختیارش قراردهد.

برای آنجام مشاهده نیز تدوین‌کننده می‌تواند به سازمان مراجعه نموده و شواهد سازمانی را جمع‌آوری نماید. اگر شما مدیر با کارمند هستید، می‌توانید سازمان خود را به عنوان زمینه مورد بررسی انتخاب نمایید و این امر به شما کمک خواهد کرد تا با توجه به شناخت عمیق از سازمان مورد بررسی، قضیه‌ای کاربردی تدوین فرمایید.

* 1. **مرحله سوم:تدوین نهایی قضیه**

در تدوین نهایی قضیه باید نکات زیر مورد توجه قرارگیرد:

* + 1. در این مرحله قضیه‌نگار با توجه به یافته‌هایی که در مراحل پیشین به دست آورده است، نسبت به تدوین نهایی قضیه اقدام می‌کند. طول قضیه بسته به ماهیت مساله مورد بررسی می‌تواند کوتاه یا بلند باشد. در هر حال قضیه باید حاوی مطالب اساسی بوده و اطلاعات ضروری را در اختیار خواننده قراردهد و این امری است که نمی‌تواند در قالب صفحات مشخصی تجویز شود. ولی به طور کلی اطلاعاتی که در قضیه گنجانده می‌شود باید در شناخت موقعیت و در حل قضیه موثر باشد.
		2. همچنین باید شرایط زمانی و مکانی حاکم بر موقعیت مانند شرایط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و سایر شرایط محیطی که در فهم مساله و حل آن موثر است، بدون ابهام تشریح شود.
		3. قضیه باید به‌گونه‌ای تدوین شود که در فرد مخاطب ایجاد انگیزه کند. برای این منظور باید از الفاظ و عبارات مناسب بهره گرفت تا بتوان روحیه و طرز تلقی و شخصیت مخاطبان را به‌درستی انتقال داد.
		4. در تدوین قضیه به هر دو نوع اطلاعات کمی و کیفی به‌طور همزمان باید توجه داشت. قضیه باید به‌گونه‌ای تدوین شود که اطلاعات مناسبی درباره ابعاد مختلف و بدیل‌های گوناگون در اختیار مخاطب قراردهد تا او بتواند نسبت به انتخاب بهترین گزینه اقدام کند.
1. **تجزیه و تحلیل قضیه مدیریتی**

برای تحلیل قضیه مدیریتی ابتدا باید مورد مدیریتی را به طور تفصیلی و تشریحی مورد بررسی دقیق قرار داد و اطلاعات لازم جهت تجزیه و تحلیل از آن استخراج کرد. سپس با توجه به مفروضات مطرح شده در قضیه و پیش‌فرض‌های فردی که حاصل خبرگی و بهره‌گیری از تجربیات و آموخته‌های پیشین است، راه‌حل‌های مختلف برای حل قضیه مطرح شده را مشخص نمود. نکته حائز اهمیت آن است که هیچ بهترین و مطلوب‌ترین پاسخی را نمی‌توان برای یک قضیه مورد نظر داشت؛ بلکه این شیوه استدلال مخاطب است که می‌تواند تحلیل و راه‌حل ارائه شده را مطلوب نماید.

هر راه‌حل پیامدهایی در پی خواهد داشت. بهتر است در این بخش پیامدهای احتمالی هر یک از راه‌حل‌ها با نگرشی نظام‌گرا پیش‌بینی شود. روش‌های اخذ تصمیم و تئوری احتمالات نیز ممکن است بتواند گزینه مناسبی برای این بخش باشد.

در نهایت با توجه به بدیل‌های شناسایی شده و پیامدهای مثبت و منفی هر یک از راه‌حل‌های پیشنهادی که با تئوری‌های مدیریتی نیز پشتیبانی شده‌اند و با درنظر گرفتن ملاحظات مختلف مرتبط با موضوع (ملاحظات انسانی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و ارزشی) راهی که بیشترین تناسب و تطابق را با موقعیت مورد نظر داشته و پیامدهای مثبتش بیشتر از پیامدهای منفی آن است انتخاب می‌شود.

**منابع و مآخذ**

* از منابع و مراجع فقط در بخش تجزیه و تحلیل قضیه مدیریتی بهره گرفته شود.
* منابع در انتهای موردکاوی می‌آیند (ابتدا منابع فارسی و سپس منابع انگلیسی).
* هر منبع بایستی حداقل یک‌بار در متن موردکاوی مورد استفاده قرار گیرد و یا به آن اشاره گردد.
* از به‌کار بردن منابع اضافی که در داخل متن به آن اشاره نشده، جدا خودداری گردد. به عنوان این بخش نیز شماره‌ای تعلق نمی‌گیرد.
* مشخصات هر منبع به صورت کامل و در قالب استاندارد (APA) ذکر شود.
* منابع فارسی را با فونت B Nazanin – اندازه 11 و منابع انگلیسی را با فونت Times New Roman نازک با اندازه 10 تایپ نمایید.
* برای رفرنس‌دهی داخل متن، باید از نام خانوادگی و سال استفاده شود. به عنوان مثال، برای منبع فارسی: (محمودی، 1393) و برای منبع انگلیسی: (ژائو،2014) نام‌های خارجی غامض زیرنویس شوند.
* از شماره‌گذاری رفرنس­ها در داخل متن جدا خودداری شود.