

پنجاه نکته کلیدی
50 Key Points



اخلاق حرفه‌ای

دکتر علی اصغر صفری فرد
دکتری تخصصی [Ph.D] مدیریت

۱۴۰۳



بهترین سلام ها و درودهای خداوند، فرشتگان، عرفا و صلحا

تقدیم به روح مطهر خواجه دو عالم، حضرت رسول اعظم (ص) و خاندان گرانقدرش (ع)





اخلاق حرفه‌ای

(پنجاه نکته کلیدی)

دکتر علی اصغر صفری فرد

دکتری تخصصی (Ph.D) مدیریت

نویسنده، مشاور و مدرّس

توسعه مهارت‌های مدیریتی

safarifardas@Gmail.com

۰۹۱۲۲۱۳۷۱۴۴



سوابق تدریس دکتر علی اصغر صفری فرد (Ph.D)
نویسنده، مشاور و مدرس توسعه مهارت‌های مدیریتی
در بیش از ۱۰۰ دانشگاه، مرکز آموزش عالی،
انستیتو، نهاد، سازمان، شرکت و موسسه آموزشی

دانشگاه‌ها: دانشگاه فرماندهی و ستاد (دافوس) ارتش جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، دانشگاه علوم پزشکی تهران (مرکز تحقیقات و بانک فرآورده‌های پیوندی ایران)، پژوهشکده ژن، سلول و بافت (دانشگاه علوم پزشکی تهران)، دانشگاه علوم پزشکی تبریز (مرکز رشد بیوتکنولوژی دارویی)، واحد الکترونیکی دانشگاه آزاد اسلامی، سازمان جهاد دانشگاهی، موسسه عالی آموزشی و پژوهشی طب انتقال خون

صنایع: صنایع الکترونیک ایران (صایران) وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح، سازمان پژوهش و نوآوری‌های دفاعی (سپند) وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح، مجتمع فولاد چادرملو- اردکان یزد، شرکت فولاد غدیر ایرانیان- اردکان یزد، کارخانه گندله سازی سه چاهون- بافق یزد، شرکت خودروسازی زامیاد، شرکت خودروسازی پارس خودرو، شرکت خودروسازی سبلان خودرو مایوان- اردبیل، شرکت نفت ایرانول، شرکت سرمایه گذاری دارویی تامین (تیپیکو)، گروه صنعتی مینو، گروه صنعتی مهر ابرار، پخش ممتاز، شرکت میلان پارس فارمد- تبریز، شرکت نوآوران سلامت ارژنگ

مراکز تحقیقاتی و پژوهشی: مجتمع تولیدی تحقیقاتی انستیتو پاستور ایران، موسسه واکسن و سرم‌سازی رازی- حصارک کرج،

پژوهشگاه رویان، شرکت فناوری بُن‌یاخته‌های رویان، شرکت زیست فن‌آوری کوثر

شرکت‌های تولیدی: ثامن- مشهد مقدس، دکتر عبیدی، شهید قاضی- تبریز، هلال ایران (سها)، فارابی- اصفهان، شفا، ابوریحان،

سینادارو، لقمان، پوش دارو، گروه شفا فارمد (برکت)، کارخانجات داروپخش، تولید مواد اولیه داروپخش (تماد)، شیمی دارویی

داروپخش، توزیع داروپخش، رازک، اکتو ورکو، فارما شیمی، ایران هورمون، جابران حیان، شفا فارمد، توفیق دارو، ارسطو-ساوه، آوه

سینا- ساوه، اکسیر- بروجرد، نشاط دارو- ساوه، سه‌دال نانو- ساوه، بهان سار- ساوه، نمک پارس کاوه-ساوه، کوثر، صنایع دینه ایران-

قزوین، طبیب درمان پژوهش قلب- کاشان، پدیده شیمی جم، هستی آریا شیمی، آراین سلامت سینا، سینره، فارما زند، آنی درمان،

رستاک طب پارسه، آفا شیمی، رویان دارو- سمنان، فرآیند شیمی حکیم - تاکستان، مصون دارو، پیشگامان سنجش ایستاتیس، گروه

شرکت‌های درمان‌یاب، شرکت مادر تخصصی پالایش و پژوهش خون، شرکت پالایش خون، مرکز پلاسمافرزیز تولیدی بیودارو، مرکز

پلاسمافرزیز تولیدی داروپلازما ایرانیان- قائمیه، مرکز پلاسمافرزیز تولیدی دایا آراین دارو- شهر ری، مرکز پلاسمافرزیز تولیدی

خوارزمی- اسلام شهر، مرکز پلاسمافرزیز تولیدی فردیس- البرز

سازمان‌ها و انجمن‌ها: انجمن تولید کنندگان و صادرکنندگان تجهیزات و ملزومات پزشکی و دارویی، هیات امنای صرفه جویی ارزی،

بسیج جامعه پزشکی ایران، بسیج جامعه پزشکی سازمان انتقال خون ایران، انجمن علمی جراحان عمومی ایران، انجمن تالاسمی ایران،

ستاد مرکزی سازمان انتقال خون ایران، اداره کل انتقال خون استان تهران، اداره کل انتقال خون استان خراسان رضوی، اداره کل

انتقال خون استان خراسان شمالی، اداره کل انتقال خون استان سمنان، اداره کل انتقال خون استان کهگیلویه و بویراحمد

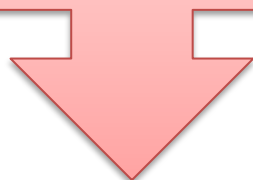
موسسه‌های آموزشی: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، مدیریت بهین آفرین رهیار یزد، موسسه‌های آموزشی افق فارمد،

نوآوران صنعت پویای پیشرو، آفاق صنعت، دانش پویان، تسهیلگران توسعه تفکر، کاوشگران راستین، فیدار دانش، معیار دانش اصفهان،

بهینه پرداز آرتا قزوین، نوبانگ اندیشه زنجان، حامیان توسعه اصفهان، نوین پارسیان کرج و آکادمی مدیریت دانش نوین



اخلاق حرفه‌ای
پنجاه نکته کلیدی



۱) من برای تکمیل کرامت‌های اخلاقی به پیامبری برانگیخته شدم. پیامبر اعظم (ص)

۲) یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد در سطوح مختلف، چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای عوامل انسانی شاغل در تمام حرفه‌ها است تا آن‌ها با حس مسئولیت و تعهد کامل به مسائل در جامعه و حرفه خود به کار بپردازند و اصول اخلاقی حاکم بر شغل و حرفه خود را رعایت کنند.

۳) اخلاق، جمع خُلق و به معنای نیرو، خوی، طبیعت و سرشت باطنی انسان است که تنها با دیده بصیرت و غیرظاهر قابل درک می‌باشد، در مقابل خُلق (شکل و صورت محسوس و قابل درک با چشم ظاهر - صورت ظاهری انسان).

۴) علم اخلاق، علمی است که صفات نفسانی خوب و بد و اعمال و رفتار اختیاری متناسب با آن‌ها را معرفی می‌کند و شیوه تحصیل صفات نفسانی خوب و انجام اعمال پسندیده و دوری از صفات نفسانی بد و اعمال ناپسند را نشان می‌دهد.

۵) اخلاق، تعدیل‌کننده خواسته‌های انسان است و از افراط و تفریط جلوگیری می‌کند، تربیت‌کننده و پرورش‌دهنده بعد معنوی انسان است، ضامن اجرای قوانین است، موجب موفقیت فردی، جمعی، شغلی و حرفه‌ای ما است.

۶) اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از قوانین است که در وهله اول از ماهیت حرفه و شغل به دست می‌آید.

۷) اخلاق حرفه‌ای، مدیریت رفتار و کردار آدمی هنگام انجام دادن کارهای حرفه‌ای است.

۸) اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته شده که از سوی سازمان‌ها و مجامع حرفه‌ای مقرر می‌شود تا مطلوب‌ترین روابط اجتماعی ممکن را برای اعضای خود در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد.

۹) اخلاق حرفه‌ای، نوعی تعهد اخلاقی و وجدان کاری نسبت به هر نوع کار، وظیفه و مسئولیت است.

۱۰) اخلاق حرفه‌ای به ما می‌گوید که یک سازمان، شرکت، بنگاه یا هر واحدی را که در نظر بگیرید، چه تعهدات اخلاقی دارد.

۱۱) اخلاق فردی، مسئولیت‌پذیری فرد است در برابر رفتار فردی خود، صرفاً به منزله یک فرد انسانی و اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری یک فرد است در برابر رفتار حرفه‌ای و شغلی فرد به منزله صاحب یک حرفه یا پست سازمانی.

۱۲) مبانی اخلاق حرفه‌ای: امانت‌داری، مسئولیت‌پذیری، درست‌کاری، رعایت انصاف، بهره‌وری

۱۳) امانت‌داری: هر کار و وظیفه‌ای که به انسان سپرده می‌شود در حکم امانت نزد اوست.

۱۴) موقعیت تولید کالا در کسب و کار از آن دسته مواردی است که مصرف‌کننده و مشتری حضور ندارند، و تولیدکننده وظیفه دارد خود را به جای آن‌ها قرار دهد. او بایستی همان کاری را انجام دهد که برای خود انجام می‌دهد. به کارگیری استانداردها در انجام کارها نمونه‌ای دیگر از امانت‌داری است.

۱۵) امانت‌داری در تولید و فروش: نشان دادن مدارک و اسناد تولید به مشتری قبل از خرید، به کارگیری اسناد شفاف در نشان دادن عملکرد تولید، پذیرش هرگونه نقص کیفیت ناشی از خدمت و یا کالای تولیدی، پرهیز زبانی و عملکردی از غلو و مبالغه در معاملات، استفاده از اجزا، مواد مصرفی و خدمات مطابق با سفارش توافق شده در تولید، محفوظ نگه داشتن اطلاعات شخصی مشتری، صدور برگه فروش معتبر با نشان دادن تفکیک محاسبه قیمت، تحویل کالا با جزئیات و مشخصات لازم جهت فروش، ارائه ضمانت نامه خدمات پشتیبانی فروش با ذکر زمان معین، پذیرش کالاهای برگشت داده شده به دلیل نقص در کیفیت، شرح خدمات انجام شده و نشان دادن قطعات تعویضی.

۱۶) تولیدکننده‌ای که واقعیت کیفیت محصول را ارائه می‌دهد، مشتری علاوه بر خرید، تولیدکننده را به عنوان فردی که مشتری‌مدار است به دیگران معرفی می‌کند.

۱۷) رعایت امانت‌داری در تولید و فروش اعتماد را به وجود می‌آورد و سبب افزایش درآمد می‌شود.

۱۸) در صورتی که امانت‌داری رعایت نشود تعداد مشتریان کم می‌شود، شکایت مشتریان زیاد می‌شود و اعتبار فروشنده کاهش پیدا می‌کند.

۱۹) مسئولیت‌پذیری: انسان‌ها با علم و آگاهی درک کرده‌اند که برای رفاه، آسایش و سعادت خود و دیگران، باید نسبت به مسئولیت‌ها و وظایف خویش آگاه بوده، با نهایت دقت و امانت‌داری به آن‌ها پای‌بند باشند.

۲۰) مسئولیت‌پذیری یعنی قبول انجام کاری که هم‌اثر بخشی (انجام کار خوب) و هم از کارایی (انجام درست کار یا خوب کار کردن) برخوردار باشد و نتیجه آن به بهره‌وری در حرفه و در سطح ملی منجر می‌گردد.

۲۱) یک فرد مسئولیت‌پذیر مسئولیت کارهای خود را قبول می‌کند، خطاها و شکست کار خود را می‌پذیرد و برای خدمت به دیگران پیش‌قدم می‌شود.

۲۲) یک فرد مسئولیت‌پذیر پاسخگوست و مسئولیت تصمیم‌ها و پیامدهای آن را می‌پذیرد، سرمشق دیگران است، حساس و اخلاق‌مند است، به درست‌کاری و خوش‌نامی در کارش اهمیت می‌دهد، برای اجرای تمام مسئولیت‌های خویش کوشاست و مسئولیتی را که برعهده می‌گیرد با تمام توان و خلوص نیت انجام می‌دهد.

۲۳) مسئولیت‌پذیری اخلاقی به قلمرو خاصی از زندگی بشر محدود نمی‌شود و همه ابعاد زندگی انسان را در برمی‌گیرد. هرگاه انسان دارای اختیار باشد، مسئولیت او نیز در همان‌جا است و کام‌یابی و موفقیت انسان در گرو شناخت و رعایت مسئولیت‌های اخلاقی در همه عرصه‌ها و قلمروهای زندگی است.

۲۴) مسئولیت‌پذیری در تولید کالا: استاندارد سازی داوطلبانه کالا و نشان دار کردن برچسب اختیاری، تضمین کیفیت در کنترل فرایندهای تولید، تضمین کیفیت کالا از طریق ضمانت گارانتی

و وارانته، نشان دادن وفاداری به کالای تولیدی از طریق کیفیت و قیمت رقابتی، به نتیجه رساندن کارها بر اساس استانداردهای تولیدی.

۲۵) مسئولیت‌پذیری در تولید کالا سبب می‌شود: کالاهای با کیفیت استاندارد تولید شوند. مشتریان از کالاهای تولید شده رضایت داشته باشند. قدرت رقابت کالاهای تولیدی افزایش یابد. انگیزه، مهارت و خلاقیت برای تولید کالای با کیفیت بالا رود. مشتریان از کالاهای تولید شده رضایت داشته باشند.

۲۶) مسئولیت‌پذیری در ارائه خدمات: پاسخ‌گویی سریع به درخواست‌های خدماتی مشتریان، کنترل فرایند خدمت به منظور صحت خدمات مورد نیاز و جلب رضایت مشتری، پرهیز از ایجاد هزینه غیرضروری در ارائه خدمات از طریق اطمینان به شایستگی فنی، پذیرش عواقب عدم ارائه خدمات در فاصله‌های زمانی استاندارد برای حفظ مشتریان، به نتیجه رساندن کارها بر اساس استانداردهای ارائه خدمت.

۲۷) مسئولیت‌پذیری در ارائه خدمات سبب می‌شود: مشتریان از خدمات ارائه شده رضایت داشته باشند. اعتبار ارائه دهنده خدمت افزایش پیدا کند. انگیزه، مهارت و خلاقیت برای ارائه خدمات مناسب بالا رود.

۲۸) درست‌کاری: درست‌کار کسی است که کارهایش به راستی و درستی انجام گیرد. ریشه درست‌کاری، عزت نفس است به این معنا که انسان برای رسیدن به مقاصدش به نیروها و استعدادهای خدادادی خود تکیه کند و در این راه چشم به دیگران ندوزد و شخصیت، شرافت و آبروی خود را به دیگران نفروشد.

۲۹) فرد درست‌کار آن‌چه را برای خود می‌پسندد برای دیگران هم می‌پسندد و آن‌چه را برای خود نمی‌پسندد برای دیگران هم زشت و ناپسند می‌داند.

۳۰) راست‌گویی در حرفه: نشان دادن وفاداری به عهد و پیمان از طریق برنامه‌ریزی زمانی، پذیرش فعالیت کاری در حوزه تخصص و توان شایستگی حرفه‌ای، ارائه اطلاعات صحیح در مورد کالا و خدمات به مشتریان، ارائه پیش‌برگه خرید یا فروش (پیش‌فاکتور) بر اساس استاندارد.

۳۱) پرهیز از ربا و رشوه: پرهیز از رقابت از طریق رانت و پرداخت رشوه، پرهیز از حرص و طمع برای گسترش کار از طریق دریافت ربا به جای تلاش در کیفیت و کار صادقانه، گسترش تدریجی کار در سایه تلاش و شایستگی حرفه‌ای، جانشین سازی نوآوری و کارآفرینی به جای رشوه در حوزه کاری، تمیز دادن رشوه و ربا با هدیه و دیگر پرداخت‌ها.

۳۲) رعایت انصاف: یعنی این‌که صاحب خودرو هر کس که باشد، تعمیرکار موظف است خودرو را با کیفیت مطلوب، قیمت مناسب، به موقع و به خوبی و درستی تعمیر کرده و به او تحویل دهد.

۳۳) پرهیز از کم‌فروشی و گرانفروشی: نشان دادن اسناد خرید و برچسب قیمت کالا و خدمات به صورت استاندارد، ارائه مشخصات فنی کالا و شرح خدمات به صورت استاندارد برای شفافیت در اصالت، تعیین قیمت کالا و خدمات بر اساس مقررات قیمت‌گذاری استاندارد و مرسوم در کشور و شرایط منطقه‌ای، پذیرش در خواست شفافیت مشتری برای نشان دادن عدم کم‌فروشی و گرانفروشی، ارائه قیمت و هزینه خدمات و تولید محصول بر اساس ریز فعالیت‌ها و ارائه برگه فروش بر اساس آن.

۳۴) رعایت حقوق دیگران: رفتار یکسان با مشتریان دریافت‌کننده خدمات و یا کالا، پای‌بندی به قول و فعل در معاملات از نظر زمانی و شرایط معامله و رضایت مصرف‌کننده، تضمین کیفیت پنهان و آشکار از طریق پیگیری رضایت مشتری، سازماندهی فعالیت‌ها بر اساس شرایط مشتریان، تحلیل و بررسی منشور اخلاقی حرفه.

- ۳۵) بهره‌وری: منابعی که در اختیار ما است، محدود می‌باشد و اگر نتوانیم استفاده صحیح کنیم روزی به پایان خواهد رسید. لذا برای حفظ منابع انسانی، منابع مالی و منابع طبیعی ضرورت دارد در فرایندهای برداشت و مصرف تغییراتی صورت گیرد تا استفاده مناسبی از منابع داشته باشیم.
- ۳۶) مدیریت منابع: برنامه ریزی استفاده بهینه (مناسب/حداقلی) از منابع و اولویت بندی هزینه‌ها، سازمان‌دهی و گسترش فعالیت‌ها براساس منابع در اختیار، تغییر در فرایندها برای صرفه‌جویی در منابع، نوآوری سازمان‌یافته بر پایه فن‌آوری در راستای حداقل‌سازی منابع، تخمین زمانی انجام کارها به صورت استاندارد و ارائه پیشنهاد زمانی به مشتریان بر اساس آن.
- ۳۷) هر سازمان، شرکت، کارخانه و... باید از لحاظ فن‌آوری به روز بوده و هزینه‌های خود را کاهش دهد.
- ۳۸) بایستی به دنبال جایگزین کردن منابع غیر تجدیدپذیر با منابع تجدیدپذیر باشیم.
- ۳۹) محکم کاری: کنترل تولید و خدمات از طریق بازرسی، تأکید بر انجام کار و فعالیت بر پایه صلاحیت حرفه‌ای، بسته بندی و حمل و نقل بر اساس دستورالعمل‌های استاندارد، پرهیز از کاربرد مواد و مصالح بی‌کیفیت در ساخت کالا و ارائه خدمات، توجه به جزئیات در انجام کارها بر اساس استاندارد، تطبیق و مقایسه محصول با نقشه.
- ۴۰) هدف آموزش اخلاق حرفه‌ای محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود.
- ۴۱) امروزه اخلاق حرفه‌ای نقش راهبردی در کار دارد، لذا متخصصان علم مدیریت، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت صحیح دانسته‌اند.
- ۴۲) اصول اخلاقی پیش شرط مدیریت است. مدیران باید به اصول اخلاق حرفه‌ای اعتقاد داشته باشند؛ استانداردها و شاخصه‌های اخلاق حرفه‌ای، باید دقیقاً توسط مدیران روشن شود؛ مدیران باید خود به این اصول احترام گذارند و در رفتار خود آن‌ها را تجلی دهند.

۴۳) وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان: اخلاقی کردن هدف‌های سازمان، اشاعه ارزش‌ها و مسائل اخلاقی در سازمان، اخلاق‌ورزی در زندگی شخصی، اهمیت دادن به اخلاق حرفه‌ای در شغل، ارزش‌یابی عملکردهای اخلاقی کارکنان، برخورد عقلانی و روش‌مند در مواجهه با مشکلات اخلاقی پیش‌آمده در سازمان و اقدام برای برطرف کردن آن‌ها، عنایت خاص به آموزش اخلاق حرفه‌ای، تهیه و تدوین منشور اخلاقی مربوط به سازمان با مشارکت همه اعضای سازمان.

۴۴) موانع ترویج اخلاق در سازمان: آموزش‌های اجتماعی برون سازمانی، ناآشنائی نسبت به اخلاقیات شغلی، بسترهای معیشتی تصمیم‌های غیراخلاقی، زمینه‌های سازمانی تصمیم‌گیری غیراخلاقی.

۴۵) موانع مواجهه با معضلات اخلاقی: نقصان و یا فقدان دغدغه‌های اخلاقی، فقدان آینده‌نگری یا حال‌نگری به جای آینده‌بینی، فراوانی مسائل اخلاقی، سطحی‌نگری، فقدان دانش و نقصان دانائی، سوء مدیریت در سازمان.

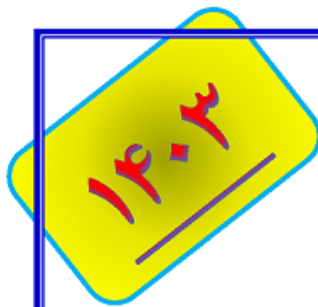
۴۶) افرادی که اخلاق حرفه‌ای دارند، بهانه و توجیه نمی‌آورند و به دنبال حل مسئله هستند.

۴۷) مدیران اخلاق‌مدار هوشمند بدون توجه به شرایط، احترام خود را به دیگران نشان می‌دهند. آن‌ها درجه بالایی از هوش هیجانی دارند و با توجه به خواسته‌های دیگران، تأثیر منفی را در تعامل با همکاران و مشتریان ایجاد نمی‌کنند.

۴۸) یک مدیر اخلاق‌مدار باید در حرفه خود مسائلی مانند صداقت، دقت، قابل اعتماد بودن، گشوده بودن به فضای انتقاد و ارزیابی، پرهیز از جزمیت، احترام به زیردستان و اطرافیان، توجه به حریم خصوصی و حفظ اسرار کارکنان را سرلوحه خویش قرار دهد.

۴۹) یک مدیر اخلاق‌مدار برای موفقیت و تسلط به دانش و مهارت‌های جدید صبور است و در مواجهه با مسائل و رویدادهای محیط کار سریع و عجولانه تصمیم نمی‌گیرد.

۵۰) اصل طلایی اخلاق: با دیگران آن گونه رفتار کن که دوست داری با تو همان گونه برخورد کنند.
حضرت امیر (ع).



بسمه تعالی شانه

دوره آموزشی کاربردی

اخلاق حرفه‌ای مدیران

- کدام رفتار اخلاقی است؟
- آشنایی با مفاهیم اخلاق، فرد حرفه‌ای و اخلاق حرفه‌ای
- ویژگی‌های افرادی که اخلاق حرفه‌ای دارند
- عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای
- عوامل تأثیرگذار بر اخلاق حرفه‌ای
- ویژگی‌های شخصیتی و حرفه‌ای یک مدیر موفق
- ۱۵ روش برای این که اخلاق حرفه‌ای قدرتمندی داشته باشید
- مسئولیت‌پذیری مدیران
- ۱۰ جمله که مدیران خوب هرگز به کار نمی‌برند
- وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان

دکتر علی اصغر صفری فرد (Ph.D)

نویسنده، مشاور و مدرس توسعه مهارت‌های مدیریتی

دارای سابقه تدریس در بیش از ۱۰۰ دانشگاه، مرکز آموزش عالی، انستیتو، نهاد، سازمان، شرکت و موسسه آموزشی

۰۹۱۲۲۱۳۷۱۴۴



فهرست دوره‌های آموزشی

دکتر علی اصغر صفری فرد (Ph.D)

• دوره‌های آموزشی مدیریت کاربردی

- اصول سرپرستی
- راه کارهای تفویض اختیار اثربخش
- چگونه بهترین‌ها را استخدام کنیم؟
- چگونه بازخورد موثر مدیریتی بدهیم؟
- با اخلاق حرفه ای مدیران آشنا شویم
- پاسخگویی سازمانی
- سیستم سازی کسب و کار، رکن اساسی مدیریت
- راه کارهای مدیریت تغییر موثر در سازمان
- مهارت های حرفه ای مدیران
- چگونه یک مدیر موفق باشیم؟

- پدافند غیر عامل (عمومی)
- توانمند سازی منابع انسانی
- طراحی سیستم کنترلی موثر در مدیریت
- مهارت تصمیم گیری را بیاموزیم
- ایجاد گروه ها و تیم های کاری موثر
- راه کارهای توسعه فردی
- آیین تشریفات
- رفتار صحیح مدیران در مجامع عمومی
- اصول و فنون برگزاری جلسات اثربخش
- هدف گذاری و برنامه ریزی موثر در مدیریت
- حفاظت در سازمان (فیزیکی، گفتار، اسناد)
- بهره مندی موثر از نظام پیشنهادها
- آشنایی با راه کارهای مشتری مداری اثربخش
- نظام رسیدگی به شکایات مشتریان
- مدیریت دانش
- یادگیری سازمانی و سازمان یادگیرنده
- آداب رفتاری در سازمان (ویژه کارمندان)
- آداب رفتاری در سازمان (ویژه نیروهای خدمات)
- تکریم ارباب رجوع
- رفتار درست کارکنان حراست و نگهبانی

• دوره‌های آموزشی رفتار سازمانی

- راه کارهای ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان
- چگونه فرهنگ سازمانی اثربخش داشته باشیم
- راه کارهای توسعه رفتار شهروندی سازمانی
- راه کارهای ایجاد و توسعه انگیزه در کارکنان
- راهبردهای مدیریت تعارض سازمانی
- نقش هوش هیجانی در موفقیت فردی و سازمانی
- برقراری ارتباطات انسانی و سازمانی موثر
- فرسودگی شغلی و راه های پیشگیری از آن
- استرس و راه کارهای مدیریت استرس شغلی
- راه کارهای ایجاد رضایت شغلی در کارکنان
- الزامات شهرنشینی و آشنایی با فرهنگ شهروندی
- رفتار صحیح با کارکنان دشوار، بدقلق، ناسازگار و سمّی

• دوره‌های آموزشی سیستم مدیریت کیفیت

- نظام آراستگی (5S+2S)
- مدیریت کیفیت جامع (TQM)
- سیستم مدیریت کیفیت (QMS)
- حلقه های کنترل کیفیت (QCC)
- مدیریت ریسک کیفیت (QRM)
- مدیریت بهبود مستمر – کایزن (KAIZEN)



منتخبی از سوابق تدریس دکتر علی اصغر صفری فرد (Ph.D)
Management, QMS, GMP, GLP, GSP, HSE, Cleanroom

در بیش از ۱۰۰ دانشگاه، مرکز آموزش عالی، انستیتو،
 نهاد، سازمان، شرکت و موسسه آموزشی

۰۹۱۳۲۱۳۷۱۴۴



دکتر علی اصغر صفری فرد (Ph.D)

نویسنده، مشاور و مدرسِ

توسعه مهارت‌های مدیریتی

09122137144

safarifardas@Gmail.com





"خودکار سبز"

شبکه آموزشی توسعه مهارت‌های مدیریتی



t.me/green_pen



eitaa.com/green_pen

www.GreenPen.blogfa.com

www.GreenPen.blogsky.com