باسمه‌تعالی

**انجمن مدیریت فناوری و نوآوری ایران**

**راهنمای موردنگاری[[1]](#footnote-1) در حوزه مدیریت فناوری و نوآوری**

**نسخه جایزه پُل سوم**

1- تعریف مورد[[2]](#footnote-2):

بنا بر تعریف، مورد عبارت از موقعیت یا تجربه‌ای چالش‌برانگیز، مهم، پیچیده و متفاوت در یک سازمان واقعی است که ممکن است دربرگیرنده راهکار به کار گرفته شده برای حل آن پیچیدگی و یا مدیریت آن چالش نیز باشد. موردها به طور کلی می‌توانند متمرکز بر یک تصمیم[[3]](#footnote-3) باشند و یا توصیفی-تحلیلی[[4]](#footnote-4) باشند. طبیعتا موارد متمرکز بر تصمیمات مرجح بوده، ولی اگر موردی دربرگیرنده یک تصمیم عملیاتی نباشد، حتما باید بتواند شکاف خاصی را در ادبیات هدف‌گیری نموده و با روایت آن مورد، زمینه پر شدن آن شکاف را فراهم آورد. بر اساس توصیفات قید شده در بالا، موارد تکراری که در مقاله یا کتاب دیگری چاپ شده باشند مورد قبول نخواهند بود. همچنین مواردی که به کلی خیالی بوده و یا در ذهن نویسنده به شکل ترکیبی از چند واقعیت جدا از هم گرد هم آمده باشند، پذیرفته نخواهند شد.

موردنگاری بر این اساس فرآیند مستندسازی و تحلیل این موقعیت‌ها و نیز تجربه مدیران و کارشناسان در مواجهه با این موقعیت‌ها، با تکیه بر یک پژوهش اصیل و استفاده از منابع پژوهشی دست اول (و در صورت نیاز تکمیل با پژوهش در منابع دست دوم) است. مراد از منابع پژوهشی دست اول، مصاحبه با مدیران و کارشناسان مرتبط با مورد و ثبت و تحلیل تجربه آنها است و مراد از منابع پژوهشی دست دوم، اسناد و مدارک، محتوای کتب و مجلات و روزنامه‌ها و وبگاه‌ها و نظایر آنها است که در صورت لزوم می‌توانند مکمل منابع دست اول باشند. مواردی که صرفا مبتنی بر منابع اطلاعاتی دست دوم تهیه شده باشند، به طور استثنایی و خاص مورد پذیرش قرار خواهند گرفت. همچنین محتمل است که نویسندگان موردنگاری‌ها، برای مستندسازی موردشان، بخواهند از ابزارهای چندرسانه‌ای و مدارک مکمل و پشتیبان استفاده کنند که در این صورت، برای توضیح جزییات، باید با دبیرخانه کنفرانس هماهنگی‌های لازم را به عمل آورند.

2- مراحل موردنگاری:

آن‌گونه که لیندرز و ارسکین (1989) پیشنهاد کرده‌اند، مراحل مختلف یک موردنگاری به قرار زیر است:

* **فلسفه و اهمیت مورد**: چرا باید این مورد مستند گردد؟ بیشترین استفاده‌کنندگان از این مورد چه کسانی هستند؟ چه استفاده‌هایی از این مورد خواهند نمود؟
* **بررسی امکان‌پذیری موردنگاری**: بررسی اینکه آیا افراد و سازمان‌های تامین‌کننده اطلاعات مورد نیاز برای موردنگاری، آمادگی همکاری دارند یا خیر؟ منابع و مراجع اصلی برای نگارش یک مورد می‌توانند مصادیق ذیل باشند: تجربیات و مشاهدات خود موردنگار، روایت‌های دسته اول از افرادی که درگیر مورد بوده‌اند، اسناد و مدارک منحصربه‌فردی که لزوما در اختیار همه افراد قرار نگرفته‌اند (و البته محرمانه هم نیستند).
* **ارتباط گرفتن و جمع‌آوری مستندات**: در صورت مثبت بودن نتیجه در مرحله قبل، باید با یک‌یک افراد مرتبط تماس گرفت و اطلاعات و مستندات اولیه را جمع‌آوری نمود.
* **جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز**: اطلاعات مناسب و مرتبط با مورد جمع‌آوری گردند.
* **فرآیند نگارش**: تمرکز بر روی سازمان‌دهی، نظم دادن و نحوه ارائه داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده
* **نهایی‌سازی و انتشار**: نهایی کردن موردنگاری انجام یافته، در اختیار افراد ذی‌صلاح گذاردن، کسب بازخورد و کسب مجوزهای لازم از ایشان و در نهایت، انتشار.

3- حداقل‌های مورد انتظار از یک موردنگاری:

الف- الزامات شکلی:

* موردنگاری باید کاملا «**ساختاریافته**»، «**منظم**» و «**شفاف**» باشد. حتما در ابتدای موردنگاری، فهرست مطالب وجود داشته باشد و فهرست، مبنای سازمان‌دهی و نظم بخشیدن به محتوای تهیه شده باشد.
* مورد باید شامل «**زمان**» و «**مکان**» معلوم باشد.
* «**شخصیت**» و «**مسئولیت**» افراد کلیدی باید مشخص باشد؛ هرچند ممکن است بردن نام حقیقی ایشان ضرورتی نداشته باشد یا با محدودیت مواجه باشد.
* مورد باید در یک «**ترتیب زمانی»** درست و پشت‌سرهم[[5]](#footnote-5) روایت شود تا فهم آن برای خواننده آسان و مقدور باشد.
* موردنگاری تنها زمانی باید انجام شود که محققان و نویسندگان «**امکان دسترسی به ابعاد و زوایای مختلف مسئله**» مورد بحث را داشته باشند. در مواردی که خود نویسندگان می‌دانند موضوع دارای ابعاد و زوایای مختلف بوده ولی دسترسی به همه صاحب‌نظران ممکن نیست و لذا روایت، روایت ناقص و «**جانب‌دارانه‌ای»** خواهد شد، بهتر آن است که از انتشار کار خود پرهیز نمایند.
* فایل‌های موردنگاری باید در صفحه اول حاوی لوگوی کنفرانس، عنوان، نام و نام خانوادگی تهیه‌کنندگان، وابستگی سازمانی آنها و سال و ماه تهیه مورد باشد. همچنین این عبارت در روی جلد حتما قید می‌گردد: موردنگاری برای ارائه در کنفرانس مدیریت فناوری و نوآوری وابسته به انجمن مدیریت فناوری و نوآوری ایران تهیه گردیده و هیچ فرد حقیقی یا حقوقی حق بازنشر آن را ندارد.
* همه مکتوبات ارسالی برای بخش موردنگاری باید با خط بی‌نازنین اندازه قلم 12 و با فاصله خطوط 1 و حاشیه از کناره‌های صفحه 1 اینچ ارسال گردند.
* هر موردنگاری بدون درج جداول، اشکال و نمودارها باید حداقل 8 و حداکثر 12 صفحه باشد. در مواردی که موقعیت پیچیده باشد، طولانی‌تر شدن موردنگاری‌ها با توضیح نویسندگان و تایید و تصویب داوران مورد پذیرش خواهند بود.
* تمام موردنگاری‌ها باید با افعال گذشته نگاشته شوند؛ جز مواردی که نقل قول مستقیم از رویدادهایی است که هم‌زمان با مقطع نگارش مورد، در حال وقوع بوده‌اند.
* جداول و نمودارها باید در داخل متن آورده شوند و جداگانه شماره‌گذاری و نام‌گذاری شوند و مرجع آنها نیز قید گردد.
* تمام نقل قول‌هایی که از منابع اطلاعاتی ثانویه می‌شود (مثل نقل قول‌ها یا داده‌ها)، در انتهای موردنگاری مطابق فرمت API مرجع‌دهی گردند.
* به طور کلی و تا حد امکان از پاورقی نوشتن در پایین صفحات خودداری گردد، مگر در مواردی که عدم ذکر پاورقی به روند بیان مورد، آسیب جدی وارد کند.
* این وظیفه موردنگاران است که اطمینان یابند حق انتشار محتوای منتشر شده در موردنگاری را داشته‌اند. انجمن مدیریت فناوری و نوآوری ایران در این زمینه هیچ مسئولیتی را بر عهده نمی‌گیرد. به منظور تحقق حقوقی این مهم، لازم است در همان ابتدای موردنگاری در قالب یک صفحه جداگانه متن زیر نوشته شده و توسط تمامی موردنگاران امضا گردد:
* *ما نویسندگان موردنگاری با عنوان ... که با هدف ثبت در بخش موردنگاری کنفرانس ملی مدیریت فناوری و نوآوری ایران تهیه گردیده است، گواهی می‌دهیم که این یک متن اصلی و بدون کپی بوده و تمام مطالب آن مبتنی بر رویدادهای واقعی بوده و در سازمان‌هایی واقعی رخ داده‌اند. این موردنگاری تاکنون هیچ کجا منتشر نشده و تحت داوری هم نیست. دارندگان حق مالکیت فکری درباره این موردنگاری، کتبا حق انتشار این محتوا را برای بخش موردنگاری کنفرانس مدیریت فناوری و نوآوری و تمام کاربردهای احتمالی بعدی و متعاقب، به موردنگاران داده‌اند.*

ب- الزامات محتوایی:

* مورد باید تا حد امکان نمایانگر واقعیت باشد. تلاش نگارنده مورد باید این باشد که تا حد امکان تصویر دقیق‌تر و واضح‌تری از یک واقعیت ارائه نماید. در این مسیر استفاده از «**نقل قول‌ها**»، «**تصاویر**» و «**نمودارها**»، «**اسناد**» و هر ابزار دیگری که بتواند موقعیت مورد و ابعاد مسئله موردکاوی شده را نمایش دهد، مثبت ارزیابی می‌گردد.
* بهترین ساختار نوشتاری برای یک موردنگاری، **ساختار روایی[[6]](#footnote-6)** است. این ساختار به نگارنده اجازه می‌دهد در خصوص همه «**اقدامات**» و «**افراد**» مهم در موردنگاری مطالب لازم را بیاورید.
* «**عنوان**» و «**محتوای**» مورد باید برای جامعه مخاطبان حوزه مدیریت فناوری و نوآوری، بالاخص با توجه به اهداف آموزشی و تحقیقاتی بعدی، «مناسب»، «جذاب» و «مهم» باشد.
* از یک موردنگاری انتظار نمی‌رود که طرح‌کننده یک نظریه یا ایده جدید باشد؛ اما پس از ارائه کامل محتوای مورد، این انتظار هست که **نسبت مورد با نظریه‌های موجود** (اعم از تایید، توسعه و یا حتی تخطئه و رد شده) ولو به اجمال و اختصار، توضیح داده شود.
* هر موردنگاری باید به اندازه کافی دربرگیرنده **اطلاعات زمینه‌ای** باشد تا بتواند بستر تحلیل بهتر را برای خوانندگان فراهم آورد. این اطلاعات و توضیحات باید به گونه‌ای باشند که خواننده بتواند خود را در موقعیت تصمیم‌گیرندگان کلیدی مرتبط با مورد ببیند، دشواری‌ها و ابعاد مسئله را دریابد و خود را مرحله‌به‌مرحله همپای پیشرفت مورد تصور کند. همچنین مناسب است اطلاعات زمینه‌ای از افراد کلیدی مرتبط با مورد، شامل: سوابق قبلی، جایگاه فعلی‌شان در ارتباط با مورد و نیز ارزش‌ها و نوع نگاه‌هایشان باشد.

4- ارکان اصلی گزارش موردنگاری:

1. **خلاصه مورد**: در حد سه چهارم یک صفحه A4
2. **اهداف و کاربردهای اصلی موردنگاری**: توضیح هدف اصلی از نگارش مورد و رابطه آن با محورهای اصلی ادبیات مدیریت فناوری و نوآوری و اینکه این موردنگاری چه اهدافی را در ابعاد آموزشی و پژوهشی محقق می‌سازد. همچنین مشخص گردد که مخاطبان این موردنگاری، بیشتر چه طیفی از افراد هستند (دانشجویان، اساتید، فعالان صنعت، سیاست‌گذاران و نظایر آنها).
3. **روش تحقیق**: آنچه در این بخش حائز اهمیت است، بیان نحوه گردآوری اطلاعات مرتبط، شامل بیان نحوه ارتباط موردنگاران با سازمان یاد شده و نحوه دسترسی آنها به داده‌های مندرج در موردنگاری است. به علاوه، لازم است توضیح داده شود که چه مواردی با چه درجه از اهمیت بنا به دلایل مختلف علنی نگردیده‌اند. اگر چنانچه موردنگاران قبلا در مورد سازمان مورد مطالعه یا مورد مستند شده، مقاله‌ای داشته‌اند و آن را منتشر ساخته‌اند، ضروری است بدون مشخص کردن هویت خود، نسبت این موردنگاری را با موارد قبلی تبیین نمایند. همچنین باید در این قسمت مشخص باشد که چه کسی در سازمان مطالعه شده این موردنگاری را مرور نموده و محتوای آن را تایید کرده است و چه کسی مجوز انتشار آن را صادر نموده است.
4. **رابطه محتوای موردنگاری با ادبیات آن حوزه**: در این بخش لازم است مفاهیم و چهارچوب‌های اصلی نظری مرتبط با مورد، قید گردند.
5. **بدنه اصلی روایت مورد**: در خصوص جزییات این بخش، در قسمت‌های بالا توضیحاتی ذکر گردید.
6. **جمع‌بندی**: در این قسمت نمایه مختصری از آنچه ذکر شد و فرازهای مهم و نتایج اصلی از موردنگاری قید گردد.
7. **مراجع و مآخذ**

5- حقوق مالکیت فکری

تمام حقوق مادی مترتب بر انتشار موردنگاری‌ها، پس از ثبت در کنفرانس و پذیرش رسمی، به طور مساوی بین انجمن مدیریت فناوری و نوآوری ایران و موردنگاران تسهیم می‌گردد.

6- نحوه ثبت موردنگاری

* تمام موردنگاران می‌بایست موارد مستند شده را حداکثر تا تاریخ 10 آبان‌ماه 1400 در دو نسخه (یکی حاوی نام و نام خانوادگی نویسندگان و یکی بدون نام) در قالب فایل متن (Word) به همراه رزومه به آدرس پست الکترونیک **iramot2021@gmail.com** و **pl@nrisp.ac.ir** ارسال فرمایند
* در صورت بروز هرگونه سوال یا ابهام می‌توانید در روزهای اداری با شماره 88615889، (واتساپ) 09028241429 یا آدرس پست الکترونیک **iramot2021@gmail.com** و **pl@nrisp.ac.ir** طرح موضوع بفرمایید.

1. Case Writing [↑](#footnote-ref-1)
2. Case [↑](#footnote-ref-2)
3. Decision-Focused Cases [↑](#footnote-ref-3)
4. Analytical Or Descriptive Cases [↑](#footnote-ref-4)
5. Chronological [↑](#footnote-ref-5)
6. Story-Telling [↑](#footnote-ref-6)