

مدیریت استراتژیک

مؤلف:

عبدالواحد رفاعی



۱۳۹۸

سرشناسه: رفاعی، عبدالواحد، ۱۳۶۰-

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت استراتژیک/ مولف عبدالواحد رفاعی.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات صالحیان، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۱۹۷ ص: مصور، جدول، نمودار.

شابک: 978-622-214-421-0

وضعیت فهرست نویسی: فیبا / یادداشت: کتابنامه.

موضوع: برنامه‌ریزی راهبردی / موضوع: Strategic planning

رده بندی کنگره: HD۲۰/۲۸ / رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۱۲

شماره کتابشناسی ملی: ۵۹۷۰۰۶۹

مدیریت استراتژیک



عبدالواحد رفاعی	تألیف
۱۳۹۸	سال چاپ اول
۱۰۰۰	شمارگان
صالحیان	ناشر
سمیه خوانین مقدم	صفحه آرای
978-622-214-421-0	شابک
۲۵۰۰۰ تومان	قیمت
تهران. میدان انقلاب. خیابان کارگر جنوبی. کوچه شهدای ژاندارمری. پلاک ۱۲۷. واحد ۳	آدرس
۰۲۱۶۶۹۷۹۳۰۰ - ۰۹۱۹۰۸۱۰۱۴۲	تلفن
www.pubsalehiyan.ir	سایت

فهرست مطالب

۹	مقدمه
۱۱	فصل اول: کلیاتی در مورد مدیریت استراتژیک
۱۳	مدیریت استراتژیک
۱۴	بررسی مفهوم قابلیت‌های شناختی و نقشه‌یابی شناختی در مدیریت استراتژیک سازمان
۱۵	شناخت استراتژیک
۱۵	مفهوم استراتژی
۱۶	مفهوم شناخت
۱۶	مفهوم شناخت استراتژیک
۱۷	ماهیت شناخت استراتژیک در سازمان
۱۸	شناخت استراتژیک و ساختار سازمان
۱۸	هویت سازمانی
۱۹	چارچوب استراتژی
۱۹	روتین‌های سازمانی
۱۹	شناخت استراتژیک و فرایند تغییر استراتژیک
۲۱	صورت‌بندی استراتژی
۲۱	پیاده‌سازی استراتژی
۲۲	انواع استراتژی بر مبنای میزان آزادی عمل رهبران سازمانی در شکل‌گیری استراتژی
۲۳	انواع استراتژی
۲۳	۱- استراتژی‌های از قبل برنامه‌ریزی شده (Pre Planed Strategies)

۲۴	۲- استراتژی کارآفرین (Entrepreneurial strategy)
۲۵	۳- استراتژی ایدئولوژیکی: Ideological
۲۵	۴- استراتژی چتری یا پوششی
۲۶	۵- استراتژی فرایندی Process
۲۶	۶- استراتژی‌های منفصل (Unconnected strategy)
۲۷	۷- استراتژی اجماعی (Consensus strategy) یک استراتژی اضطراری
۲۷	۸- استراتژی‌های تحمیلی (Imposed strategy)
۲۷	مزایای مدیریت استراتژیک:
۲۸	سیر تکامل مدیریت استراتژیک
۳۴	تعامل مدیریت کیفیت فرا- و مدیریت استراتژیک
۳۷	تفاوت مدیریت استراتژیک با سایر مدیریت‌ها:
۳۸	الگوهای مدیریت استراتژیک
۳۸	۱- الگوی مدیریت استراتژیک آموزش «لی» «پیترسون»
۳۹	۲- الگوی مدیریت استراتژیک آموزش عالی «کار»
۴۱	۳- الگوی مدیریت استراتژیک آموزش عالی «راتگرز»
۴۲	۴- الگوی مدیریت استراتژیک آموزش عالی «سیکلز»
۴۳	فصل دوم: شناسایی و اولویت بندی موانع تدوین و اجرای مدیریت استراتژیک
۴۵	مقدمه
۴۶	شناسایی و اولویت بندی موانع تدوین و اجرای مدیریت استراتژیک
۵۳	فصل سوم: آموزش مدیریت استراتژیک: چالش‌ها و رویکردها
۵۵	مقدمه
۵۶	آموزش مدیریت استراتژیک
۵۸	تاریخچه آموزش مدیریت استراتژیک (مدیریت استراتژیک به عنوان یک رشته مطالعاتی)
۶۰	پیشینه آموزش مدیریت استراتژیک در ایران
۶۲	روش‌های آموزش مدیریت استراتژیک
۶۳	۱- آموزش نظری محور
۶۶	۲- آموزش عمل محور

۶۶	شبیه سازی.....
۶۷	بازی جنگ (شبیه سازی استراتژیک) :
۷۱	فصل چهارم: فرایند مدیریت استراتژیک.....
۷۳	مقدمه.....
۷۵	سطوح مدیریت استراتژیک.....
۷۶	وظایف مدیریت استراتژیک.....
۷۷	مراحل مدیریت استراتژیک.....
۷۷	۱- دید آوردن چشم انداز و مأموریت استراتژیک سازمان.....
۷۸	۲- تعیین اهداف.....
۸۰	۳- ساخت و تدوین استراتژی.....
۸۲	۴- اجرای استراتژی.....
۸۴	۵- ارزیابی و کنترل استراتژی.....
۸۵	میزان کاربست مؤلفه های مدیریت استراتژیک در نظام آموزش عالی.....
۹۰	رابطه ابعاد ساختار سازمانی و میزان کاربست مؤلفه های مدیریت استراتژیک در آموزش عالی.....
۹۵	فصل پنجم: مدیریت استراتژیک منابع انسانی.....
۹۷	مقدمه.....
۱۰۱	مدل مدیریت استراتژیک منابع انسانی.....
۱۰۴	تبیین معنا و مفهوم مدیریت استراتژیک منابع انسانی.....
۱۰۷	اهداف و آثار مدیریت استراتژیک منابع انسانی.....
۱۰۸	رابطه میان فرهنگ سازمانی و مدیریت منابع انسانی استراتژیک.....
۱۱۲	الگوی مفهومی اول.....
۱۱۲	الگوی مفهومی دوم.....
۱۱۵	فصل ششم: آسیب شناسی نظام مدیریت استراتژیک.....
۱۱۷	مقدمه.....
۱۱۸	آسیب شناسی نظام مدیریت استراتژیک.....
۱۲۶	الگوریتم بررسی وضعیت موجود و مطلوب نظام مدیریت استراتژیک.....

فصل هفتم: الگو برداری، ابزار مدیریت استراتژیک.....	۱۳۱
مقدمه.....	۱۳۳
نقش الگو برداری در مدیریت استراتژیک.....	۱۳۴
فرایند الگو برداری.....	۱۳۸
مراحل الگو برداری.....	۱۳۹
الگو برداری و مدیریت کیفیت فراگیر.....	۱۴۰
فصل ششم: نقش تفکر استراتژیک در مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک.....	۱۴۳
تفکر استراتژیک و کارآفرینی.....	۱۴۵
تعریف تفکر استراتژیک.....	۱۴۵
موفقیت و معیارهای تفکر استراتژیک.....	۱۴۹
نقش تفکر استراتژیک در مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک.....	۱۵۰
نتیجه گیری.....	۱۶۴
فهرست منابع.....	۱۶۹

مقدمه

مدیریت استراتژیک با راز به بومی شده آن یعنی مدیریت راهبردی بر سهم مدیران در حفظ پویایی سازمان تأکید می‌کند زیرا مهم ترین چالش فراروی مدیران امروزی، سرعت تغییرات محیطی در سازمان است (Durand et al., ۲۰۱۷). عواملی مانند ماهیت اجتماعی، تکنولوژی، اقتصادی و سیاسی که بر موفقیت یا شکست سازمان اثر می‌گذارند، از جمله مواردی اند که در روند تحولات عاملی این مقوله اثرگذار بوده اند (حمیدی مطلق و بابایی، ۱۳۹۵)؛ همچنین مواردی نظیر رقابت سایر شرکتها، فقدان اطمینان از مواد اولیه، نوسان قیمت ها، قوانین و مقررات دولتی، حوادث طبیعی، نشده و سرعت تغییرات به این معناست که سازمان ها باید به برنامه ریزی، ابتکار و خلاقیت مجهز شوند و در یک جمله، به «استراتژی خوب» توجه بیشتری کنند (روملت، ۱۳۹۲).

در تعاریف دانشگاهی مدیریت استراتژیک، کلمات رقابت، ایستادگی و حفظ مزیت های رقابتی و نیز دستیابی به اهداف کلان تدوین شده، در حکم مفاهیم اصلی مطرح شده اند و گفته شده: موضوع اصلی علم استراتژیک رقابت است» (حاجی پور و دیگران، ۱۳۹۵). به عبارت دیگر، مدیریت استراتژیک (مجموعه ای از تصمیمات و اقدامات تعریف می شود که نتیجه آن، تنظیم و اجرای طرح هایی است که برای رسیدن به هدفهای شرکت (هدف پیشتازی و موفقیت در صنعت موردنظر) طراحی شده اند (Pearce and Robinson, ۲۰۰۹).

با نگاهی دقیق به مفهوم مدیریت استراتژیک می‌توان به ضرورت استفاده از آن پی برد. با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم بکارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجهه با اینگونه مسائل بیشتر از گذشته ملموس می‌شود. این برنامه چیزی جز برنامه استراتژیک نیست. مدیریت استراتژیک با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده‌نگر، جامع‌نگر و اقتضایی راه حل بسیاری از مسائل سازمانهای امروزی است. پایه های مدیریت استراتژیک بر اساس میزان درکی است که مدیران از شرکت‌های رقیب، بازارها، قیمت‌ها، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، توزیع‌کنندگان، دولت‌ها، پسانکاران، سهامداران و مشتریانی که در سراسر دنیا وجود دارند قرار دارد و این عوامل تعیین‌کنندگان موفقیت تجاری در دنیای امروز است. پس یکی از مهمترین ابزارهایی که سازمان‌ها برای حصول موفقیت در آینده می‌توانند از آن بهره گیرند «مدیریت استراتژیک» خواهد بود.