

۲۰۱۹۲۸۱

السلامة للجميع

مدیریت راهبردی

تألیف:

رضا شریفی

امیر دبیری

سرشناسه	:	شریفی، رضا، ۱۳۶۸ -
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت راهبردی /تالیف رضا شریفی ،امیر دبیری.
مشخصات نشر	:	تهران: سنجش و دانش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۳۳۳ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۴۶۹-۸۰۵-۴
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
موضوع	:	برنامه ریزی راهبردی
موضوع	:	Strategic planning
شناسه افزوده	:	دبیری، امیر، ۱۳۶۰ -
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۷ ۴م۴ش/۲۸/۳۰HD
رده بندی دیویی	:	۴۰۱۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۳۶۳۶۲۵



عنوان: مدیریت راهبردی
مولفان: رضا شریفی ، امیر دبیری
ناشر: سنجش و دانش ، گروه نشری ، ریس
نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷
صفحه آرائی: مهتاب دوستی
طراح جلد: مهتاب دوستی
تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه
قیمت: ۴۸۰.۰۰۰ ریال

کلیه حقوق مادی و معنوی برای مؤلف محفوظ است

www.rezomephd.ir

www.sanjesh.ir

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول	۱
استراتژی‌ها در عمل	۱
انواع استراتژی‌ها	۲
استراتژی‌های یکپارچگی	۳
استراتژی‌های متمرکز	۶
استراتژی‌های ۴م	۸
استراتژی‌های تدافعی	۱۱
رهنمودهایی برای اجرای استراتژی‌ها	۱۸
ادغام و خریدهای استراتژی	۲۵
خریدهای استقرایی	۲۸
استراتژی‌های عمومی (ژنریک) و یکپارچه پورتر	۲۹
استراتژی‌های رهبری هزینه‌ها	۳۰
استراتژی‌های تمایز	۳۱
استراتژی‌های متمرکز	۳۲
زنجیره ارزش	۳۳
مزیت رقابتی کشورها	۳۴
مدیریت استراتژیک در سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی	۳۷
مؤسسات آموزشی	۳۷
سازمان‌های پزشکی	۳۸
واحدها و سازمان‌های دولتی	۴۰
مدیریت استراتژیک در شرکت‌های کوچک	۴۱
نتیجه	۴۲
فصل دوم	۴۳
تدوین استراتژی	۴۳
کار یا فعالیت ما چیست؟	۴۴
اهمیت مأموریت سازمان	۴۷
مقایسه چشم‌اندازهای سازمان با مأموریت سازمان	۴۸
فرآیند تعیین مأموریت سازمان	۴۹
ماهیت مأموریت سازمان	۵۰

۵۰	بیان نگرش
۵۳	به هم نزدیک کردن دیدگاه‌های مخالف
۵۵	توجه به مشتری
۵۶	اعلان سیاست اجتماعی
۵۸	اجزای تشکیل دهنده مأموریت سازمان
۶۰	تهیه و ارزیابی مأموریت سازمان
۶۷	نتیجه
۶۹	فصل سوم
۶۹	بررسی عوامل خارجی
۷۰	ماهیت بررسی عوامل خارجی
۷۰	نیروهای خارجی
۷۲	فرآیند بررسی عوامل خارجی
۷۴	فن آوری اطلاعات
۷۷	نیروهای اقتصادی
۸۰	نیروهای اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناسی و محیط
۸۴	نیروهای سیاسی، دولتی و قانونی
۸۹	نیروهای فن آوری
۹۱	نیروهای رقابتی
۹۵	برنامه‌هایی برای کسب اطلاعات محرمانه از شرکت رقیب
۹۸	همکاری بین شرکت‌های رقیب
۹۹	منابع اطلاعات خارجی
۹۹	شاخص
۹۹	شبکه اینترنت
۱۰۰	ابزارها و روش‌های پیش‌بینی
۱۰۲	در نظر گرفتن مفروضات
۱۰۳	تجزیه و تحلیل رقابت: الگوی مبتنی بر پنج نیروی پورتر
۱۰۴	هم‌چشمی بین شرکت‌های رقیب
۱۰۵	توان بالقوه برای ورود رقابتی جدید
۱۰۵	توان بالقوه برای توسعه محصولات جایگزین
۱۰۶	توان عرضه‌کنندگان مواد اولیه در چانه زدن
۱۰۶	توان مصرف‌کنندگان در چانه زدن

۱۰۷	تجزیه و تحلیل صنعت: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)
۱۰۹	ماتریس بررسی رقابت (CPM)
۱۱۰	نتیجه
۱۱۳	فصل چهارم
۱۱۳	بررسی عوامل داخلی
۱۱۴	ماهیت بررسی عوامل داخلی
۱۱۴	نیروهای اصلی داخلی
۱۱۷	فرآیند بررسی داخلی سازمان
۱۱۸	رابطه بین واحدهای پیغام سازمان
۱۱۹	یکپارچگی استراتژی و فرهنگ
۱۲۴	فعالیت‌هایی در جهت حفظ محیط طبیعی
۱۲۵	مدیریت
۱۳۴	بازاریابی
۱۳۷	قیمت گذاری
۱۳۸	توزیع
۱۴۱	مالی / حسابداری
۱۴۲	وظایف مالی / حسابداری
۱۴۳	انواع نسبت‌های مالی
۱۴۸	تولید / عملیات
۱۵۰	تحقیق و توسعه
۱۵۴	تحقیق و توسعه در داخل از سازمان
۱۵۵	سیستم اطلاعات رایانه ای
۱۵۷	نرم افزارهایی برای برنامه ریزی های استراتژیک
۱۵۹	فهرستی از پرسش های مربوط به بررسی عوامل داخلی
۱۶۱	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)
۱۶۴	نتیجه
۱۶۵	فصل پنجم
۱۶۵	بررسی و انتخاب استراتژی
۱۶۶	ماهیت بررسی و انتخاب استراتژی
۱۶۸	فرایند ارائه و انتخاب استراتژی ها
۱۷۰	مدیریت غیر مبتنی بر هدف

۱۷۱	چارچوبی جامع برای تدوین استراتژی
۱۷۳	مرحله ورودی
۱۷۴	مرحله مقایسه
۱۸۰	ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPACE)
۱۸۷	ماتریس گروه مشاوران بـُستن (BCG)
۱۹۱	ماتریس داخلی و خارجی (IE)
۱۹۴	ماتریس استراتژی اصلی
۱۹۶	مرحله تصمیم گیری
۱۹۶	ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی (QSPM)
۲۰۲	نقاط قوت و ضعف ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی
۲۰۳	جنبه های فرهنگی به کدام انتخاب استراتژی
۲۰۴	جنبه های سیاسی به هنگام انتخاب استراتژی
۲۰۸	نقش هیأت مدیره
۲۱۳	نتیجه
۲۱۵	فصل ششم
۲۱۵	اجرای استراتژی
۲۱۶	ماهیت اجرای استراتژی
۲۱۸	دیدگاه های مدیریت
۲۲۰	هدف های سالانه
۲۲۳	سیاست ها
۲۲۷	تخصیص منابع
۲۲۸	مدیریت تعارض
۲۳۰	تطبیق دادن ساختار با استراتژی
۲۳۲	ساختار وظیفه ای
۲۳۲	ساختار بخشی
۲۳۶	ساختار مبتنی بر واحد تجاری استراتژیک
۲۳۷	ساختار ماتریسی
۲۳۸	تجدید ساختار و مهندسی مجدد
۲۳۹	تجدید ساختار
۲۴۱	مهندسی مجدد
۲۴۲	مرتبط ساختن حقوق و عملکرد با استراتژی

۲۴۵.....	مدیریت مقاومت در مقابل تغییر
۲۴۸.....	مدیریت محیط طبیعی
۲۵۰.....	ایجاد فرهنگ پشتیبان از استراتژی
۲۵۳.....	توجه به تولید / عملیات به هنگام اجرای استراتژی
۲۵۶.....	توجه به منابع انسانی به هنگام اجرای استراتژی
۲۵۸.....	برنامه های مالک نمودن کارکنان در سهام شرکت ها
۲۶۱.....	ایجاد تعادل بین زندگی کاری و خانوادگی
۲۶۳.....	دایر کردن مراکز ورزشی در شرکت ها
۲۶۴.....	نتیجه
۲۶۷.....	فصل هفتم
۲۶۷.....	ماهیت اجرای استراتژی
۲۷۰.....	مسائلی در زمینه بازاریابی
۲۷۰.....	بخش بندی بازار
۲۷۵.....	تعیین جایگاه محصول
۲۷۸.....	مسائلی در زمینه امور مالی / حسابداری
۲۷۸.....	تهیه سرمایه برای اجرای استراتژی
۲۸۲.....	صورت های مالی پیش بینی شده
۲۸۴.....	بودجه مالی
۲۸۶.....	تعیین ارزش ویژه یک شرکت
۲۸۹.....	تصمیم گیری برای عرضه به عموم
۲۹۰.....	مسائلی در زمینه تحقیق و توسعه
۲۹۴.....	مسائلی در زمینه سیستم اطلاعات رایانه
۲۹۷.....	نتیجه
۲۹۹.....	فصل هشتم
۲۹۹.....	ارزیابی استراتژی
۳۰۰.....	ماهیت ارزیابی استراتژی
۳۰۷.....	فرایندهای ارزیابی استراتژی
۳۰۸.....	جارجویی برای ارزیابی استراتژی
۳۰۹.....	بررسی مبانی استراتژی
۳۱۲.....	محاسبه عملکرد سازمان
۳۱۵.....	اقدامات اصلاحی

۳۱۷.....	منابع عرضه اطلاعات درباره ارزیابی استراتژی.....
۳۱۸.....	ویژگی‌های سیستم ارزیابی اثربخش.....
۳۲۰.....	برنامه‌ریزی اقتصادی.....
۳۲۳.....	حسابرسی.....
۳۲۴.....	حسابرسی محیطی.....
۳۲۷.....	استفاده از رایانه برای ارزیابی استراتژی.....
۳۲۸.....	رهنمودهایی برای مدیریت استراتژیک اثربخش.....
۳۳۲.....	نتیجه.....