



دانشگاه پیام نور

اصول مدیریت و برنامه ریزی راهبردی فناوری اطلاعات

(رشته کامپیوتر و فناوری اطلاعات)

دکتر امیر هوشنگ تاج فر

سرشناسه	: تاجفر، امیر هوشنگ، ۱۳۴۰ -
عنوان و نام پدید آور	: اصول مدیریت و برنامه ریزی راهبردی فناوری اطلاعات (رشته کامپیوتر و فناوری اطلاعات) / امیر هوشنگ تاجفر.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۷۳ ص:، مصور، جدول، نمودار.
فروست	: دانشگاه پیام نور، ۲۶۳۱. گروه کامپیوتر و فناوری اطلاعات، ۱/۲۷
شابک	: 978 - 964 - 14 - 0679 - 2
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات -- مدیریت -- آموزش برنامه ای
موضوع	: Information technology -- Management -- Programmed instruction
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی -- آموزش برنامه ای
موضوع	: Strategic planning -- Programmed instruction
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی -- داده پردازی -- آموزش برنامه ای
موضوع	: Strategic planning -- Data processing -- Programmed instruction
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات -- مدیریت -- آزمون ها و تمرین ها (عالی)
موضوع	: Information technology -- Management -- Examination, questions, etc. (Higher)
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی -- آزمون ها و تمرین ها (عالی)
موضوع	: Strategic planning -- Examinations, questions, etc (Higher)
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی -- داده پردازی -- آزمون ها تمرین ها (عالی)
موضوع	: Strategic planning -- Data processing -- Examinations, questions, etc. (Higher)
شناسه افزوده	: دانشگاه پیام نور
شناسه افزوده	: Payam Noor University
رده بندی کنگره	: ۱۷۳۰۳۰۰
رده بندی دیویی	: ۸۴۰۳۱۰۷۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۹۰۸۱۷۲



چاپ اول: ۱۳۹۸

شمارگان: ۳۰۰

قیمت: ۳۰۰۰۰۰

اصول مدیریت و برنامه ریزی راهبردی فناوری اطلاعات

مؤلف: دکتر امیر هوشنگ تاجفر

ویراستار علمی: دکتر سیده صفیه سیادت

تهیه و تولید: دفتر تدوین و تولید کتب و محتوای آموزشی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ و توزیع دانشگاه پیام نور

شابک: ۹۷۸ - ۹۶۴ - ۱۴ - ۰۶۷۹ - ۲

ISBN: 978 - 964 - 14 - 0679 - 2

فروش این کتاب فقط از طریق نمایندگی های دانشگاه پیام نور مجاز می باشد و فروش آن در سایر مراکز فروش کتاب موجب تعقیب قانونی فروشنده خواهد گردید.

(کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و متعلق به دانشگاه پیام نور است. تولید، کپی یا خلاصه برداری، نشر و ترجمه، چاپ، الکترونیک، توزیع گسترده، تهیه CD و ... این اثر یا بخشی از آن اعم از متن، طرح پست و روی جلد و ... بدون اخذ مجوز کتبی از معاونت فناوری و پژوهش دانشگاه خلاف مقررات و تعرض به حقوق مادی و معنوی دانشگاه است. متخلفین وفق قانون حمایت از مؤلفان و مصنفان و هنرمندان دارای مسئولیت حقوقی و کیفری بوده و تحت پیگرد قرار می گیرند.)

(این کتاب با کاغذ حمایتی منتشر شده است)

آدرس فروشگاه مرکزی چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور: تهران، خیابان شهید رجایی،

نرسیده به تقاطع آزادگان، جنب ورزشگاه یادآوران. تلفن: ۵۵۵۰۲۱۰۴ - ۵۵۰۰۹۸۳۸

سایت فروش اینترنتی: <http://digibook.pnu.ac.ir>

فهرست مطالب

پیشگفتار	سیزده
فصل اول. مباحث بنیادی مدیریت استراتژیک	۱
هدف کلی	۱
هدف‌های یادگیری	۱
مقدمه	۱
۱-۱ مبانی پایه مدیریت استراتژیک	۲
۲-۱ اصلاحات مدیریت استراتژیک	۳
۱-۲-۱ بیانیه‌های مأموریت	۳
۲-۲-۱ چشم‌انداز	۳
۳-۲-۱ اهداف استراتژیک	۴
۴-۲-۱ ارزش آفرینی	۴
۵-۲-۱ استراتژی	۵
۳-۱ تاریخچه استراتژی	۷
۴-۱ رویکرد استراتژی	۱۱
۵-۱ مکاتب استراتژی	۱۲
۱-۵-۱ مکتب طراحی	۱۳
۲-۵-۱ مکتب برنامه‌ریزی	۱۴
۳-۵-۱ مکتب موقعیت‌یابی	۱۵
۴-۵-۱ مکتب کارآفرینی	۱۶
۵-۵-۱ مکتب شناختی	۱۶
۶-۵-۱ مکتب یادگیری	۱۷
۷-۵-۱ مکتب قدرت‌گرایی	۱۷

۱۸	۸-۵-۱ مکتب فرهنگی
۱۹	۹-۵-۱ مکتب محیط گرایی
۱۹	۱۰-۵-۱ مکتب پیکربندی
۲۰	۶-۱ سطوح مختلف استراتژی
۲۳	۷-۱ انواع مختلف استراتژی
۲۴	۱-۷-۱ استراتژی تهاجمی
۲۴	۱-۱-۷-۱ استراتژی نفوذ در بازار
۲۵	۲-۱-۷-۱ استراتژی توسعه بازار
۲۵	۳-۱-۷-۱ استراتژی توسعه محصول
۲۶	۲-۷-۱ استراتژی های یکپارچه سازی
۲۶	۱-۱-۷-۱ استراتژی یکپارچه سازی روبه جلو
۲۷	۲-۱-۷-۱ استراتژی یکپارچه سازی روبه عقب
۲۸	۳-۲-۷-۱ استراتژی یکپارچه سازی افقی
۲۸	۳-۷-۱ استراتژی های تنوع گرایی
۲۹	۱-۳-۷-۱ استراتژی تنوع گرایی همگون
۲۹	۲-۳-۷-۱ استراتژی تنوع گرایی ناهمگون
۳۰	۳-۳-۷-۱ استراتژی تنوع گرایی افقی
۳۱	۴-۷-۱ استراتژی های تدافعی
۳۲	۱-۴-۷-۱ استراتژی کاهش
۳۳	۲-۴-۷-۱ استراتژی واگذاری
۳۴	۳-۴-۷-۱ استراتژی انحلال
۳۴	خلاصه فصل اول
۳۴	خودآزمایی چهارگزینه ای فصل اول
۳۵	خودآزمایی تشریحی فصل اول
۳۷	فصل دوم. فناوری اطلاعات در سازمان ها
۳۷	هدف کلی
۳۷	هدف های یادگیری
۳۷	مقدمه
۳۸	۱-۲ فناوری اطلاعات در سازمان ها
۴۱	۲-۲ نقش فناوری اطلاعات در سازمان ها
۴۳	۳-۲ پیاده سازی فناوری اطلاعات
۴۹	۴-۲ پیش نیازها برای پیاده سازی فناوری اطلاعات در سازمان ها
۵۲	۵-۲ تأثیرات فناوری اطلاعات
۵۴	۱-۵-۲ تأثیرات اقتصادی فناوری اطلاعات
۵۵	۲-۵-۲ تأثیرات اقتصادی اینترنت

۶۱	۵-۳ افزایش بهره‌وری
۶۳	۵-۴ سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات
۶۶	خلاصه فصل دوم
۶۷	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم
۶۸	خودآزمایی تشریحی فصل دوم
۶۹	فصل سوم. رقابت و ملزومات استراتژی فناوری اطلاعات
۶۹	هدف کلی
۶۹	هدف‌های یادگیری
۶۹	مقدمه
۷۰	۱-۳ مزایای رقابتی در عصر اطلاعات
۷۳	۲-۳ رقابت افراطی
۷۸	۳-۳ پارادوکس‌های استراتژی
۸۰	۱-۳-۳ عصر اطلاعات و پارادوکس استراتژی
۸۴	۴-۳ تفکر استراتژیک
۸۸	۵-۳ متدولوژی‌های استراتژی فناوری اطلاعات
۹۰	۶-۳ درک استراتژی در سازمان
۹۱	۷-۳ نقش استراتژیک فناوری اطلاعات
۹۴	خلاصه فصل سوم
۹۴	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم
۹۵	خودآزمایی تشریحی فصل سوم
۹۷	فصل چهارم. روش‌های برنامه‌ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات
۹۷	هدف کلی
۹۷	هدف‌های یادگیری
۹۷	مقدمه
۹۸	۱-۴ روش PEST
۱۰۰	۱-۴-۱ فاکتورهای اصلی تحلیل PEST
۱۰۲	۲-۴ روش تحلیل آفانوس آبی
۱۰۴	۱-۲-۴ چارچوب چهار اقدام
۱۰۵	۳-۴ تحلیل SWOT
۱۰۷	۱-۳-۴ تحلیل داخلی
۱۰۸	۱-۳-۴-۱ نقاط قوت
۱۰۹	۱-۳-۴-۲ نقاط ضعف
۱۱۰	۲-۳-۴ تحلیل بیرونی
۱۱۱	۱-۲-۳-۴ فرصت‌ها

۱۱۱	۲-۲-۳-۴ تهدیدها
۱۱۳	۳-۳-۴ انطباق و تبدیل
۱۱۴	۴-۳-۴ مزیت‌ها و معایب
۱۱۵	۴-۴ روش VRIO
۱۱۶	۴-۴-۱ سؤالات مدل VRIO
۱۱۶	۴-۴-۱-۱ سؤال ارزش
۱۱۷	۴-۴-۱-۲ سؤال کمیایی
۱۱۷	۴-۴-۱-۳ سؤال تقلید
۱۱۸	۴-۴-۱-۴ سؤال سازمانی
۱۱۹	۴-۴-۲ کلیات پیاده‌سازی
۱۲۲	۵-۴ مدل پنج به پنج پورتر
۱۲۴	۵-۴-۱ تهدید تازه‌واردین
۱۲۷	۵-۴-۲ تهدید جایگزین‌ها
۱۲۸	۵-۴-۳ رقابت قیمتی
۱۳۰	۵-۴-۴ قدرت پتانسیل تأمین کنندگان و خریداران
۱۳۲	۵-۴-۵ استفاده‌ها و چالش‌ها
۱۳۳	۶-۴ تحلیل زنجیره ارزش
۱۳۵	۶-۴-۱ تحلیل زنجیره ارزش و استراتژی سازمان
۱۳۹	خلاصه فصل چهارم
۱۳۹	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم
۱۴۰	خودآزمایی تشریحی فصل چهارم
۱۴۱	فصل پنجم. برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۴۱	هدف کلی
۱۴۱	هدف‌های یادگیری
۱۴۱	مقدمه
۱۴۲	۱-۵ برنامه‌ریزی
۱۴۳	۲-۵ تفکر استراتژیک
۱۴۶	۳-۵ روند توسعه برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۴۸	۴-۵ نقش برنامه‌ریزی استراتژیک در مدیریت استراتژیک
۱۵۱	۵-۵ مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۵۱	۱-۵-۵ آماده‌سازی برای برنامه‌ریزی
۱۵۴	۲-۵-۵ انجام بررسی و اسکن محیط
۱۵۵	۳-۵-۵ شناسایی مسائل کلیدی
۱۵۵	۴-۵-۵ تعریف یا بازبینی ارزش‌های سازمان و مأموریت
۱۵۶	۵-۵-۴-۱ مأموریت

۱۵۸	۵-۴-۲ ارزش های اصلی سازمان یا اصول عملیاتی
۱۵۸	۵-۵-۵ تعیین چشم انداز
۱۶۰	۵-۵-۶ توسعه یک سری اهداف در راستای چشم انداز
۱۶۱	۵-۵-۷ توافق روی استراتژی های کلیدی
۱۶۲	۵-۵-۸ توسعه یک برنامه عملیاتی
۱۶۳	۵-۵-۹ ایجاد روندها برای رصد
۱۶۳	خلاصه فصل پنجم
۱۶۴	خودآزمایی چهارگزینه ای فصل پنجم
۱۶۴	خودآزمایی تشریحی فصل پنجم
۱۶۵	فصل ششم. تدوین استراتژی کلی و کسب و کار سازمانی
۱۶۵	هدف کلی
۱۶۵	هدف های یادگیری
۱۶۵	مقدمه
۱۶۶	۶-۱ استراتژی کلی سازمان
۱۶۶	۶-۲ کسب و کارهای استراتژیک
۱۶۷	۶-۲-۱ دو نوع کسب و کار استراتژیک
۱۶۹	۶-۳ فرایند توسعه استراتژی کلی سازمان
۱۷۰	۶-۳-۱ تعریف کسب و کار استراتژیک
۱۷۰	۶-۳-۲ تشریح استراتژی فعلی سازمان و پیش بینی توسعه های مرتبط با ارزیابی آن
۱۷۱	۶-۳-۳ ارزیابی استراتژی فعلی
۱۷۲	۶-۳-۴ توسعه و ارزیابی گزینه ها برای استراتژی سازمانی
۱۷۲	۶-۳-۴-۱ توسعه گزینه ها
۱۷۴	۶-۳-۴-۲ تدوین اهداف یا مقاصد کلی
۱۷۴	۶-۳-۴-۳ تعیین کسب و کارهای آینده و اهداف آنها
۱۷۷	۶-۳-۴-۴ تعیین راه های ایجاد، توسعه یا حذف کسب و کارها
۱۷۹	۶-۳-۴-۵ ارزیابی گزینه ها و تدوین استراتژی موقت کلی سازمان
۱۸۰	۶-۴ استراتژی های کلی کسب و کار
۱۸۰	۶-۴-۱ بازتاب های اصلی در استراتژی های کلی کسب و کار
۱۸۰	۶-۴-۲ استراتژی های کلی کسب و کار پورتر
۱۸۱	۶-۴-۲-۱ رهبری هزینه
۱۸۲	۶-۴-۲-۲ تمایز
۱۸۳	۶-۴-۲-۳ گیر افتادن در میانه
۱۸۵	۶-۴-۲-۴ انتخاب گزینه استراتژی
۱۸۶	۶-۴-۳ استراتژی براساس تمرکز و گستره
۱۸۸	۶-۴-۳-۱ استراتژی قیمت با گستره وسیع

۱۸۹	۳-۴-۶ استراتژی تمایز با گستره وسیع
۱۸۹	۳-۳-۴-۶ استراتژی تمرکز ویژه
۱۹۱	۵-۶ ریسک‌های استراتژی‌های کلی کسب‌وکار
۱۹۱	۱-۵-۶ ریسک‌های رهبری هزینه
۱۹۲	۲-۵-۶ ریسک استراتژی تمایز
۱۹۳	۳-۵-۶ ریسک‌های تمرکز ویژه
۱۹۳	۴-۵-۶ ریسک‌های انتخاب استراتژی
۱۹۴	۶-۶ استراتژی‌های انتقالی و تعویض استراتژی
۱۹۴	۱-۶-۶ استراتژی‌های انتقالی
۱۹۵	۲-۶-۶ تعویض استراتژی
۱۹۶	خلاصه فصل ششم
۱۹۷	خودآزمایی چهارگانه‌ای فصل ششم
۱۹۷	خودآزمایی تشریحی فصل ششم
۱۹۹	فصل هفتم. هم‌راستایی استراتژی فناوری اطلاعات و کسب‌وکار
۱۹۹	هدف کلی
۱۹۹	هدف‌های یادگیری
۱۹۹	مقدمه
۲۰۰	۱-۷ هم‌راستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب‌وکار
۲۰۴	۲-۷ اصول هم‌راستایی استراتژیک
۲۰۴	۱-۲-۷ عناصر اصلی در هم‌راستایی استراتژیک
۲۰۵	۲-۲-۷ مدل هم‌راستایی
۲۱۰	۳-۲-۷ مشکلات هم‌راستایی
۲۱۱	۴-۲-۷ حوزه‌های مختلف برای هم‌راستایی
۲۱۱	۱-۴-۲-۷ هم‌راستایی مبتنی بر استراتژی
۲۱۲	۲-۴-۲-۷ هم‌راستایی عملیاتی
۲۱۳	۳-۴-۲-۷ هم‌راستایی تقویمی
۲۱۳	۴-۴-۲-۷ هم‌راستایی اقتصادی
۲۱۳	۵-۴-۲-۷ هم‌راستایی فرهنگی
۲۱۴	۵-۲-۷ انعطاف‌پذیری فناوری اطلاعات و هم‌راستایی
۲۱۵	۳-۷ سطوح مختلف هم‌راستایی
۲۱۹	۱-۳-۷ هدف یکپارچه‌سازی
۲۲۰	۲-۳-۷ نقش اصلی مدیر اجرایی فناوری اطلاعات
۲۲۱	۳-۳-۷ معیارهای عملکرد برای کارکرد فناوری اطلاعات
۲۲۲	۴-۳-۷ مشارکت مدیریت ارشد در برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات
۲۲۳	۵-۳-۷ مشارکت مدیر اجرایی فناوری اطلاعات در برنامه‌ریزی کسب‌وکار

۴-۷	کسب و کار و فناوری اطلاعات به عنوان یک مجموعه	۲۲۴
۱-۴-۷	یک مجموعه عمل کردن از لحاظ رفتاری	۲۲۴
۲-۴-۷	یک مجموعه عمل کردن از لحاظ سازمانی	۲۲۵
۵-۷	عوامل بحرانی موفقیت	۲۲۷
۱-۵-۷	هم راستایی در تنظیم مسیر استراتژی	۲۲۸
۲-۵-۷	هم راستایی برنامه ریزی استراتژیک	۲۳۰
۳-۵-۷	هم راستایی در اجرا	۲۳۴
۴-۵-۷	پایش پیامدهای کسب و کار	۲۳۷
	خلاصه فصل هفتم	۲۴۰
	خودآزمایی: بازگرنمای فصل هفتم	۲۴۰
	خودآزمایی: بخشی فصل هفتم	۲۴۱
	فصل هشتم: پیاده سازی و ارزیابی استراتژی	۲۴۳
	هدف کلی	۲۴۳
	هدف های یادگیری	۲۴۳
	مقدمه	۲۴۳
۱-۸	پیاده سازی استراتژی	۲۴۴
۱-۱-۸	موارد مختلف در پیاده سازی	۲۴۶
۲-۸	فاکتورهای کلیدی تأثیرگذار بر پیاده سازی استراتژی	۲۴۸
۱-۲-۸	استراتژی	۲۴۹
۲-۲-۸	ساختار سازمانی	۲۴۹
۳-۲-۸	فرهنگ سازمانی	۲۵۰
۴-۲-۸	هماهنگی نهادی و به اشتراک گذاری اطلاعات	۲۵۱
۵-۲-۸	الگیزها و کنترل	۲۵۱
۶-۲-۸	مدیریت تغییرات	۲۵۲
۷-۲-۸	برنامه ریزی عملیاتی	۲۵۳
۸-۲-۸	قدرت	۲۵۴
۳-۸	فرایندهای ضروری برای پیاده سازی استراتژی	۲۵۴
۱-۳-۸	تفسیر استراتژی	۲۵۴
۲-۳-۸	تأیید استراتژی	۲۵۵
۳-۳-۸	ارتباطات استراتژی	۲۵۵
۴-۳-۸	رصد استراتژی	۲۵۶
۵-۳-۸	آماده سازی فرهنگی	۲۵۶
۴-۸	گام های حمایتی پیاده سازی استراتژی	۲۵۷
۱-۴-۸	ارزیابی و اطلاع رسانی برنامه استراتژیک	۲۵۷
۲-۴-۸	توسعه یک ساختار پیاده سازی	۲۵۷

۲۵۸	۳-۴-۸ توسعه سیاست‌های و برنامه‌های حمایتی پیاده‌سازی
۲۵۹	۴-۴-۸ بودجه‌بندی و تخصیص منابع
۲۵۹	۵-۴-۸ عملیاتی‌سازی اقدامات و فعالیت‌ها
۲۶۰	۵-۸ ارزیابی استراتژی
۲۶۱	۱-۵-۸ منافع ارزیابی استراتژی
۲۶۲	۲-۵-۸ جنبه‌های ارزیابی استراتژی
۲۶۳	۱-۲-۵-۸ رصد پیاده‌سازی استراتژی
۲۶۴	۲-۲-۵-۸ اندازه‌گیری عملکرد
۲۶۶	۳-۵-۸ معیارهای کمی و کیفی
۲۶۶	۱-۳-۸ معیارهای کمی
۲۶۶	۲-۳-۸ معیارهای کیفی
۲۶۷	خلاصه فصل هشتم
۲۶۷	خودآزمایی چارگزیاری هفتم
۲۶۸	خودآزمایی تشریح فصل هشتم
۲۶۹	پاسخنامه
۲۷۱	منابع

پیشگفتار

درحالی که مدیریت استراتژیک رشته در روندها و رویکردهای نظامی دارد، اما بیش از نیم قرن است که به حوزه کسب و کار نیز وارد شده است. توسعه سریع گستره کسب و کار در سازمان‌ها، رقابتی تر شدن بازار و سرعت بالای تغییرات از جمله دلایل گرایش به سمت مدیریت استراتژیک است.

به طور کلی فعالیت‌های سازمان‌ها در چند عملیاتی روزمره و بلندمدت یا استراتژیک انجام می‌شود. فعالیت‌های روزمره برای پاسخگویی به نیاز عملیاتی و روزمره سازمان است که بیشتر منابع سازمان را جذب می‌کند. اگرچه معمولاً فعالیت‌های استراتژیک بخش محدودی از منابع را به خود اختصاص می‌دهند، ولی برای موفقیت سازمان‌ها در بازارهای رقابتی امروز بسیار حیاتی است.

گسترش فناوری اطلاعات نه تنها باعث پیچیده‌تر شدن کسب و کارها شده است، بلکه منجر به رقابتی‌تر شدن بازار نیز شده است. این گسترش، نیاز به توجه به استراتژی را افزایش داده و بُعد استراتژی فناوری اطلاعات را نیز به این مقوله افزوده است. به عبارت دیگر، سازمان‌ها نه تنها باید استراتژی‌های کسب و کار را مدیریت کنند، بلکه باید استراتژی‌های فناوری اطلاعات و هم‌راستایی آن با استراتژی کسب و کار نیز مدنظر قرار دهند.

این کتاب به مدیریت استراتژی اختصاص داده شده است و موارد مختلف در رابطه با مدیریت استراتژی را پوشش می‌دهد. این کتاب در ۸ فصل و با اهداف کلی زیر تألیف شده است:

- ارائه نکات بنیادی در رابطه با مدیریت استراتژی.
- آشنایی مخاطب با رقابت و نقش استراتژی در آن.
- ارائه روش‌ها و چگونگی برنامه‌ریزی استراتژی در سازمان‌ها.
- آشنایی مخاطب با تدوین استراتژی کلی سازمان و کسب‌وکار.
- معرفی هم‌راستایی استراتژی و مباحث مختلف در رابطه با آن.
- آشنایی مخاطب با پیاده‌سازی و ارزیابی استراتژی در سازمان.

در این کتاب سعی شده تا از ابتدایی‌ترین مباحث مدیریت استراتژی تا مباحث پیچیده آن ارائه شود. به علاوه، نگاه ویژه‌ای به فناوری اطلاعات و استراتژی آن به خصوص هم‌راستایی استراتژی‌های کسب‌وکار و فناوری اطلاعات داشته است.

سه فصل اول به ارائه نکات بنیادی استراتژی و فناوری اطلاعات در سازمان‌ها اختصاص داده شده است. در فصول چهارم، پنجم و ششم به روش‌های برنامه‌ریزی، انجام برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی سازمانی و کسب‌وکار پرداخته شده است. فصل هفتم به هم‌راستایی استراتژی‌های کسب‌وکار و فناوری اطلاعات اختصاص داده شده است و مباحث مختلف در رابطه با هم‌راستایی از زوایای مختلف ارائه شده‌اند. نهایتاً در فصل هشتم پیاده‌سازی و ارزیابی استراتژی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

با توجه به اینکه این کتاب بیشتر مباحث بنیادی و پایه را پوشش می‌دهد، مخاطبان با حداقل دانش در رابطه با مباحث استراتژی نیز می‌توانند از این کتاب استفاده کنند. مطالعه این کتاب می‌تواند دانش خوبی را به بندگان مختلف برای مخاطبان ایجاد کند.