



مدیریت استراتژیک در دیدگاه نوین

مؤلف:

رامین حیدری



حیدری شهیر، رامین، ۱۳۹۹ -
مدیریت استراتژیک در دیدگاه نوین/مؤلف رامین حیدری.
تهران: سنجش و دانش، ۱۳۹۹.
۱۹۳ص: جدول، نمودار.
۲۵۰۰۰۰ریال 978-622-051177-9
قیما
کتابنامه: ص. ۱۹۲-۱۹۳.
برنامهریزی راهبردی
Strategic planning
برنامهریزی سازمانی
Business planning
HD۳۰/۲۸
۶۵۸/۴۰۱۲
۷۲۸۴۷۲۵

سرفصلنامه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
شابک
وضعیت فهرست نویسی
یادداشت
موضوع
موضوع
موضوع
موضوع
رده بندی کنگره
رده بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی

عنوان: مدیریت استراتژیک در دیدگاه نوین

مؤلف: رامین حیدری

ناشر: سنجش و دانش

نوبت چاپ: اول-۱۳۹۹

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹-۱۱۷۷-۰۵-۶۲۲-۹۷۸

نشانی: میدان انقلاب، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، پلاک ۱۲۶.

تلفن: ۰۲۱۶۱۲۶

«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد»

سجش و دیش

www.sanjesh.ir

sanjeshodanesh@iran.ir

قیمت: ۳۵۰۰۰۰ریال

ISBN 978-622-05-1177-9



فهرست مطالب

۲	فصل اول: فرآیند مدیریت استراتژیک
۳	مراحل تاریخی مدیریت استراتژیک
۴	تعاریف مختلف استراتژی
۵	عوامل اصلی تشکیل دهنده استراتژی
۶	جایگاه هدف و سیاست در استراتژی
۷	استراتژی و تاکتیک
۸	فرآیند طراحی مدیریت استراتژیک
۹	مدل مدیریت استراتژیک
۱۱	فرآیند تصمیم‌گیری استراتژیک
۱۴	فصل دوم: فرآیند تضمین‌بندی استراتژی سازمانی
۱۹	مدل استراتژی صنفی
۲۱	مدل رقابتی
۲۴	مدل نظام برنامه‌ریزی استراتژیک
۲۷	مدل راینت
۲۹	مدل مینتزبرگ (Mintzberg)
۳۰	مدل هیل (Hill)
۳۱	مدل دیوید
۳۴	فصل سوم: تدوین هدف‌های بلند مدت و انواع استراتژی‌های اصلی
۳۵	تعریف هدف‌های بلند مدت
۳۶	ویژگی‌های هدف‌های بلند مدت
۳۹	استراتژی‌های ادغام
۳۹	استراتژی‌های متمرکز
۴۰	استراتژی‌های متنوع
۴۰	استراتژی‌های تدافعی
۴۱	استراتژی ترکیبی
۴۳	فصل چهارم: آشنایی با متغیرهای اساسی استراتژیک سازمانی
۴۴	بخش اول - عوامل اجتماعی و انسانی
۴۹	بخش دوم - متغیرهای ساختاری
۵۲	بخش سوم: بازارها و محیط سازمانی
۵۲	رقابت
۵۴	تأمین کنندگان و خریداران قدرتمند
۵۶	فعالیت استراتژیک

۵۶	محصولات جایگزین
۵۶	تعیین موضع
۵۷	صورت بندی استراتژی
۵۸	بازاریابی و توزیع
۵۹	تعیین اهداف بازاریابی
۶۰	استراتژی شرکت‌های قوی و ضعیف
۶۱	متغیر توزیع
۶۲	بخش چهارم: تکنولوژی و تولید
۶۳	تحلیل انگیز و نیاز به تکنولوژی
۶۶	انتخاب فناوری
۶۷	تحقیق و توسعه تکنولوژی
۶۹	بخش پنجم: فرهنگ سازمانی
۷۰	انواع فرهنگ سازمانی
۷۱	اقدامات لازم برای تغییر فرهنگ سازمانی
۷۳	استراتژی و فرهنگ
۷۵	فصل پنجم: اجرا استراتژی
۷۶	تفاوت‌های عمده استراتژی وظیفه‌ای با استراتژی عملی
۷۷	استراتژی بازاریابی
۷۹	استراتژی مالی
۸۰	استراتژی تولید و عملیات
۸۱	استراتژی منابع انسانی
۸۲	استراتژی تحقیق و توسعه
۸۴	فصل ششم: ارزیابی استراتژی‌ها
۸۶	فرآیند اساسی استراتژی
۸۷	انواع کنترل استراتژیک
۹۰	نظام‌های کنترل عملیاتی
۹۰	نظام‌های بودجه بندی
۹۲	جداول زمانی
۹۳	نظارت بر عملکرد و ارزیابی انحرافات
۹۴	ایجاد انگیزه در اجرا و کنترل (تطابق یاداش)
۹۶	بررسی مبانی استراتژی
۹۶	محاسبه عملکرد سازمان
۹۸	اقدامات اصلاحی

۹۹	ویژگی‌های سیستم ارزیابی اثربخش
۱۰۰	برنامه‌ریزی اقتضایی
۱۰۱	حسابرسی
۱۰۲	نقش رایانه در ارزیابی استراتژی
۱۰۲	رهنمودهایی برای مدیریت استراتژیک اثربخش
۱۰۴	فصل هفتم: مدیریت بهره‌وری
۱۰۵	اندازه‌گیری بهره‌وری
۱۰۹	انواع شاخص‌های بهره‌وری
۱۰۹	تحلیل بهره‌وری
۱۱۰	طبقه‌بندی عوامل
۱۱۱	عوامل موثر بر بهره‌وری
۱۱۹	قدم‌های تدوین مدیریت استراتژیک در طول زمان
۱۲۰	مدل مدیریت استراتژیک از نظر میوید (۱۹۹۰)
۱۲۱	روند مدل نظام مدیریت استراتژیک
۱۲۱	برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۲۲	مدل خط و مشی هاروارد
۱۲۳	استراتژی یکپارچگی (ادغام)
۱۲۳	استراتژی‌های متمرکز
۱۲۴	استراتژی‌های تنوع
۱۲۵	ابعاد سازمانی
۱۲۶	نیروهای رقابتی پورتر
۱۲۷	خط و مشی‌های تخصیص منابع برای تحقق اهداف سازمان
۱۲۹	فرهنگ سازمانی
۱۲۹	انواع فرهنگ سازمانی
۱۳۱	استراتژی و فرهنگ
۱۳۳	ابزار اجرای استراتژی
۱۳۵	مراحل نظام کنترل عملیات
۱۳۵	ویژگی‌های سیستم ارزیابی اثربخش
۱۳۶	تعریف بهره‌وری
۱۳۹	فرآیند مدیریت استراتژیک
۱۴۲	فرآیند مضمون بندی استراتژی سازمانی
۱۴۹	تدوین هدف‌های بلند مدت و انواع استراتژی‌های اصلی
۱۵۳	آشنایی با متغیرهای اساسی استراتژیک سازمانی

۱۵۳	بخش اول: عوامل اجتماعی و انسانی
۱۵۶	بخش دوم: متغیرهای ساختاری
۱۵۷	بخش سوم: بازارها و محیط‌های سازمانی
۱۶۴	بخش چهارم: تکنولوژی و تولید
۱۶۶	بخش پنجم: فرهنگ سازمانی
۱۷۲	اجرای استراتژی
۱۷۵	ارزیابی استراتژی‌ها
۱۸۲	مدیریت بهره‌ور
۱۹۲	منابع

www.ketab.ir