

مدیریت استراتژیک

(تاریخچه ، مکاتب و مدل های آن)

تالیف

رضا فضلعلی

دکتری حرفه ای مدیریت کسب و کار

وحید بهنام

دکتری حرفه ای مدیریت کسب و کار

www.ketab.ir

سرشناسه	:	فضلعلى، رضا، ۱۳۵۵-
عنوان و نام پديدآور	:	مدیریت استراتژیک (تاریخچه، مکاتب و مدل‌های آن) / رضا فضلعلى، وحید بهنام.
مشخصات نشر	:	تهران: آذر فر، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۲۲۳ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۷۸۷۹-۳۰-۸
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
موضوع	:	برنامه‌ریزی راهبردی
موضوع	:	Strategic planning
شناسه افزوده	:	بهنام، وحید، ۱۳۵۰-
رده بندی کنگره	:	۲۸/HDM
رده بندی دیویی	:	۶۰۶۱/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۵۶۷۲۵۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی:	:	فیا



انتشارات آذر فر

مدیریت استراتژیک (تاریخچه، مکاتب و مدل‌های آن)

مؤلفین: رضا فضلعلى، وحید بهنام

ناشر: آذر فر نوبت و تاریخ چاپ: اول، ۱۴۰۰ شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

صفحه و قطع: ۲۲۳، وزیری.

مدیر اجرایی و تبلیغات: فاطمه بابارئیسى

ویراستار: یاسمن ریاحی صفحه آرا: مهدی جهانشاهلوراد

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۸۷۹-۳۰-۸

قیمت: ۹۰ هزار تومان

مرکز پخش: شهرری، خیابان قم، پاساژ وکیل، طبقه اول، واحد ۷۱

تلفن مرکز پخش: ۰۲۱۵۵۹۲۷۶۰۶ - ۰۹۱۰۷۶۰۰۲۳۷

حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است

۱۱	 دیباچه
۱۲	 پیش گفتار مولفین
۱۵	 فصل اول تاریخچه مدیریت استراتژیک
۱۶	 مقدمه
۱۶	 تعریف استراتژی
۲۰	 استراتژی از منظر بزرگان و صاحب نظران
۲۴	 ۴۰۰ سال قبل از میلاد تا عصر فراصنعتی
۲۵	 جنگیز خان
۲۵	 هانیبال
۲۶	 اسکپیو آفریکانوس
۲۶	 جان بوید
۲۶	 ناپلئون بناپارت
۲۶	 روباه صحرا - اروین رومل
۲۷	 رابرت موسی
۲۷	 ویلیام تکامسه شرمن
۲۷	 جان دی راکفلر
۲۸	 جف بزووس
۲۸	 استراتژی‌های نظامی نوین
۲۹	 انقلاب صنعتی
۳۰	 روند شکل‌گیری انقلاب صنعتی
۳۱	 بریتانیا، مبدأ انقلاب صنعتی
۳۱	 اصطلاح انقلاب صنعتی

۳۱	 دوران تولید انبوه
۳۲	 تاریخچه تولید انبوه
۳۳	 تولید انبوه و تولید دستی
۳۳	 تولید انبوه و سفارشی‌سازی انبوه
۳۵	 تولید و ارائه‌ی محدود محصولات سفارشی
۳۵	 عصر فراصنعتی
۳۵	 تغییر قدرت
۳۶	 موج سوم
۴۱	 تکامل مدیریت استراتژیک در گذر زمان
۴۳	 جدول روند تکامل مدیریت استراتژیک
۴۴	 گذشته
۴۴	 دهه ۱۹۵۰
۴۶	 دهه ۱۹۶۰
۴۸	 دهه ۱۹۷۰
۵۲	 دهه ۱۹۸۰
۵۵	 دهه ۱۹۹۰
۵۷	 دهه ۲۰۰۰
۵۷	 اکنون
۶۱	 فصل دوم مکاتب مدیریت استراتژیک
۶۲	 مقدمه
۶۲	 مکتب اول
۶۳	 مکتب دوم
۶۴	 مکتب سوم

۶۵	 مفهوم استراتژی
۶۶	 فرآیند مدیریت استراتژیک
۶۶	 تدوین استراتژی
۶۷	 محورهای اصلی فرآیند مدیریت استراتژیک
۶۹	 مزایای مدیریت استراتژیک
۷۲	 تعیین اهداف و برنامه‌ریزی برای چگونگی دست‌یابی به آن‌ها
۷۲	 ایجاد اختلال و مانع بر سر راه رقبای دلسرد کردن و تأثیرگذاری بر آن‌ها
۷۳	 شیوه‌ای پایدار و موفق در کسب‌وکار سازمان، ناشی از اقدامات گذشته
۷۵	 تصمیم‌گیری در مورد چگونگی مشخص کردن موضع کسب‌وکار در بازار
۷۶	 فرهنگ، الگو و دورنمای ذهنی غالب در سازمان برای انجام کارها
۸۰	 چهار ستون استراتژی
۸۲	 تدوین استراتژی مکاتب مختلف در سازمان‌ها
۸۴	 بررسی طبقه‌بندی مکاتب از دیدگاه مینتزبرگ
۸۴	 ویژگی‌های اصلی ده مکتب استراتژی
۸۵	 پارادایم‌های شکل‌گیری استراتژی
۸۶	 پارادایم تجویزی تدوین استراتژی
۸۸	 مکتب طراحی (تدبیر) به عنوان فرایند مفهومی تدوین استراتژی Design School
۹۷	 مکتب برنامه‌ریزی به عنوان یک فرایند رسمی تدوین استراتژی Planning School
۱۰۲	 مکتب موقعیت‌یابی، جایگاه‌یابی به عنوان فرایند تجزیه و تحلیل و یک فرایند تحلیلی تدوین استراتژی Positioning School
۱۰۸	 پارادایم توصیفی (تجربی-انطباقی) تدوین استراتژی
۱۱۰	 مکتب کارآفرینی به عنوان یک فرایند آرمان‌گرایانه کسب دانش تدوین استراتژی Entrepreneurial School

مکتب شناختی یا ادراکی یک فرایند ذهنی Cognitive School	تدوین استراتژی	۱۱۴
مکتب یادگیری یا مدیریت دانش یک فرایند ظهور و خودجوش Learning School	به عنوان	
یک الگو تدوین استراتژی		۱۱۸
مکتب قدرت‌گرایی یا قدرت یک فرایند چانه‌زنی Power School	به عنوان فرایند مذاکره	
تدوین استراتژی		۱۲۲
مکتب فرهنگی یک فرایند اجتماعی Cultural School	تشکیل استراتژی به عنوان فرایند	
جمعیت		۱۲۶
مکتب محیطی یا محیط گرایی یک فرایند کنشی و عکس‌العملی	تشکیل استراتژی	
Environmental School		۱۲۹
پارادایم تلفیقی	تدوین استراتژی	۱۳۲
مکتب پیکربندی یا تلفیقی یک فرایند دگردیستی Configuration School	تدوین استراتژی	
		۱۳۴
نتیجه‌گیری از ویژگی‌های مکاتب مدیریت استراتژیک		۱۳۷
فصل سوم مدل‌های مرتبط با مکاتب مدیریت استراتژیک		۱۴۷
مدل‌های برنامه‌ریزی استراتژیک مرتبط با رویکرد تجویزی		۱۴۸
تحلیل سوات (SWOT) جورج آلبرت اسمیت و رولاند کریستنسن		۱۴۸
راهبرد های روش SWOT در برنامه‌ریزی استراتژیک		۱۵۲
مزایا و محدودیت‌های استفاده از روش تجزیه و تحلیل SWOT		۱۵۳
مدل تجزیه و تحلیل سوالات بحرانی		۱۵۴
مدل برنامه‌ریزی دیاگرام اهم		۱۵۶
روش تجزیه تحلیل شکاف		۱۵۶
مزایای استفاده از تجزیه و تحلیل شکاف :		۱۵۹
معایب تحلیل شکاف:		۱۵۹
ماتریس تحلیل عوامل داخلی و خارجی IEM (Internal-external Matrix)		۱۶۰

۱۶۱	 مدل فریمن
۱۶۴	 ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE/External Factors Evaluation matrix)
۱۶۷	 ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE - Internal Factor Evaluation)
۱۶۸	 مراحل ایجاد یک ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)
۱۶۹	 ماتریس CPM (Competitive Profile Matrix)
۱۷۳	 ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی یا QSPM
۱۷۵	 مدل های برنامه ریزی استراتژیک مرتبط با رویکرد توصیفی
۱۷۶	 ماتریس گروه مشاوران بوستون (BCG Matrix)
۱۸۰	 مدل تدوین استراتژی جنرال الکتریک (GE) Genaral Electric Matrix
۱۸۵	 پنج نیروی رقابتی مایکل پورتر
۱۹۰	 زنجیره ارزش مایکل پورتر
۱۹۳	 استراتژی های عمومی پورتر
۲۰۶	 برنامه ریزی راهبردی مدل تجزیه و تحلیل هوفر
۲۰۷	 ماتریس قدمت - قدرت یا روش برنامه ریزی راهبردی ADI
۲۱۰	 مدل ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPACE)
۲۱۲	 مدل های برنامه ریزی استراتژیک مرتبط با رویکرد تلفیقی
۲۲۱	 منابع :

دیباجه

کتاب حاضر در راستای کتاب "بزرگان و صاحب نظران مدیریت استراتژیک از دیروز تا امروز" به بررسی تاریخچه، پیچیدگی های مکاتب مدیریت استراتژیک و مدل های مرتبط با این مکاتب پرداخته است، این کتاب می تواند راهنمای مناسبی برای مدیران و تصمیم گیرندگان حوزه کسب و کار به جهت انتخاب استراتژی مناسب به شمار آید.

امروزه موفقیت سازمان ها مرهون انتخاب استراتژی مناسب با سازمان می باشد و انتخاب استراتژی مناسب در گرو شناخت کامل پارادایم های مختلف استراتژیک، مکاتب و مدل های آن می باشد و لازم است تصمیم گیرندگان این حوزه نسبت به فراگیری آن اقدام نمایند. این کتاب ضمن ارائه تاریخچه مدیریت استراتژیک به بررسی و تجزیه تحلیل مکاتب و مدل های آن پرداخته است. این کتاب می تواند قابل استفاده برای مدیران در گیر در حوزه استراتژی، دانشجویان مقاطع و رشته های مختلف تحصیلی، علاقه مندان و کلیه افرادی که می خواهند در این خصوص بیشتر بدانند می باشد، همچنین این کتاب برای دوره های کوتاه مدت مدیریت استراتژیک بسیار مناسب و کاربردی می باشد.

امید است بتوانیم گامی هر چند کوچک در راستای توسعه فرهی و دانش سازمانی خوانندگان محترم برداشته باشیم، در خاتمه از کلیه عزیزانی که در بسط و گسترش افکارمان در زمینه مدیریت استراتژیک ما را یاری نمودند تشکر می نمایم.