

رامپ، نگاری متوازن

طراحی نقشه راهبردی سازمان، روش کارت امتیازی متوازن

www.ketab.ir

سروش‌نامه	: کاظم زاده، علی، ۱۳۵۷
عنوان و نام پدیدآور	: راهبرد نگاری متوازن؛ طراحی نقشه راهبرد سازمان با روش کارت امتیاز متوازن. / نویسندگان: علی کاظم زاده، امیدرضا شهسواری، احمد روحانی؛ ویراستار علمی میثم محامی آهنگران.
مشخصات نشر	: تهران: اندیشگاه فناوری‌های نوین، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۱ ص. مصور
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۲۹۰-۴۱-۴
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
عنوان دیگر	: طراحی نقشه راهبرد سازمان با روش کارت امتیاز متوازن
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی
موضوع	: Strategic Planning
موضوع	: ارزیابی - ارزیابی
موضوع	: Organization Effectiveness - Evaluation
موضوع	: بهره‌وری صنعتی - اندازه‌گیری
موضوع	: Industrial Productivity - Measurement
شناسه افزوده	: شهسواری، امیدرضا - ۳۵۹ -
شناسه افزوده	: روحانی، احمد، ۱۳۵۰
شناسه افزوده	: محامی آهنگران، میثم
رده بندی کنگره	: HD۳۰/۲۸/۸۷۲ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۰۱۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۴۶۹۶۲

عنوان کتاب: راهبرد نگاری متوازن؛ طراحی نقشه راهبرد سازمان با روش کارت امتیاز متوازن
 نویسندگان: دکتر علی کاظم زاده، مهندس امیدرضا شهسواری، مهندس احمد روحانی
 ویراستار علمی: مهندس میثم محامی آهنگران
 ویراستار فنی و ادبی: عاطفه سید شریعت دوست
 ناشر: اندیشگاه فناوری‌های نوین
 تایپ و صفحه آرایی: الناز پور اسد
 نوبت چاپ: نخست - ۱۳۹۷
 شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
 چاپ: ردونا

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۲۹۰-۴۱-۴

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ بوده و هر گونه بهره‌برداری از مطالب آن با ذکر منبع مجاز است.

فهرست مطالب

پیش‌گفتا،

فصل اول: مفاهیم اساسی مربوط به راهبرد

- | | |
|----|--|
| ۲ | تعریف راهبرد |
| ۴ | سیر تکوینی مفهوم راهبرد |
| ۵ | فلسفه راهبرد |
| ۵ | راهبرد اثر بخش |
| ۷ | رویکردهای راهبرد اثر بخش |
| ۸ | ابعاد و مولفه‌های راهبرد اثر بخش |
| ۱۱ | اجرای راهبرد |
| ۱۲ | معیارهای اجرای راهبرد |
| ۱۴ | الگوی تبدیل راهبرد به عمل |
| ۱۷ | سازمانهای راهبرد محور |
| ۲۰ | اصول سازمانهای راهبرد محور |
| ۲۴ | چالش‌های اجرای راهبرد |
| ۲۴ | اهمیت مهندسی مجدد در فرآیند اجرای راهبرد |
| ۲۵ | اهمیت جذب نیروهای توسعه‌یافته و رهبری و مدیریت |
| ۲۵ | اهمیت نقش مدیران عالی در اجرای راهبرد |

۲۶	مهارت های چهار گانه بایسته برای اجرای راهبرد
۲۷	اهمیت فرهنگ سازمانی در اجرای راهبرد
۲۸	مدل های جامع مدیریت و اجرای راهبرد
۲۸	مدل دیوید
۲۹	مدل پیرس و رابینسون
۳۲	اجرای راهبرد از دیدگاه مدل اثر متقابل
۳۲	اجرای راهبرد از دیدگاه چالز
۳۳	اجرای راهبرد از دیدگاه نوبل
۳۴	موانع اجرای راهبرد از دیدگاه های مختلف
۳۴	موانع اجرای راهبرد از دیدگاه دیوید اش
۳۴	موانع اجرای راهبرد از دیدگاه پیتر لورانج
۳۷	موانع اجرای راهبرد از دیدگاه بران ام برایسون
۳۷	موانع اجرای راهبرد از نظر کارلن و پورتن
۳۸	موانع اجرای راهبرد از دید بیر و اینشتین
۳۸	موانع اجرای راهبرد از دیدگاه گلین بکنز پیم
۳۹	ارزیابی عملکرد متوازن در سازمانهای غیر انتفاعی

فصل دوم: مقدمه ای بر کارت امتیازی متوازن

۴۴	کارت امتیازی متوازن چیست
۴۹	ویژگی های کارت امتیازی متوازن
۴۹	سیر تکاملی کارت امتیازی متوازن
۵۲	جنبه های کارت امتیازی متوازن
۵۳	جنبه مالی
۵۵	جنبه مشتری
62	جنبه فرآیندهای داخلی کسب و کار

67	جنبه رشد و یادگیری
۷۲	روابط علی و معلولی
۷۳	اهداف کارت امتیازی متوازن
۷۳	پیاده سازی کارت امتیازی متوازن
۷۷	موانع اجرای کارت امتیازی متوازن
۷۸	چالشهای کارت امتیازی متوازن در مقام عمل

فصل سوم: هب دنگاری متوازن در عمل

۸۳	تجزیه و تحلیل داده‌ها
۸۴	معرفی تحلیل S. OT
۸۵	مؤلفه‌های راهبردی، ران
۸۵	مراحل پیاده سازی ماتریس، رات
۸۹	اولویت بندی فرصت ها و تهدیدات توسط ماتریس EFE
91	اولویت بندی نقاط قوت و ضعف توسط ماتریس IFE
۹۷	رتبه بندی راهبردها
۹۸	تصمیم گیری چند معیاره
۹۹	فرآیند سلسله مراتبی
۱۰۱	روش تحلیل سلسله مراتبی فازی

فصل چهارم: طراحی نقشه راهبرد و مطالعات موردی

۱۱۶	تعریف نقشه راهبرد
۱۲۰	چند عنصر مهم چارچوب کارت امتیازی متوازن
۱۲۵	مطالعات موردی
۱۲۷	مدارس فولتون کانتی

پیش گفتار

امروزه مدیران ارشد بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها وقت، انرژی و منابع مالی قابل توجهی را صرف تدوین و تعیین راهبردهای اساسی سازمان خود می‌کنند، ولی بیشتر آنها از عدم اجرای مطلوب راهبردهای خود سخن می‌گویند. در اوایل سالهای ۱۹۸۰ تحقیقی توسط مشاوران مدیریت نشان داد که کمتر از ۱ درصد از راهبردهایی که به طور مؤثر فرموله شده‌اند با موفقیت پیاده شده‌اند. در سال ۱۹۹۹ مجله فورچون در مقاله‌ای ادعا کرد که ۷۰ درصد دلیل شکست مدیران ارشد اجرایی نه به خاطر ضعف آنها، بلکه به دلیل عدم توفیق آنها در پیاده‌سازی راهبردهایشان بوده است. به عبارتی توانایی اجرای راهبرد می‌تواند مهم‌تر از خود راهبرد باشد. لذا در این کتاب به این موضوع پرداخته می‌شود.