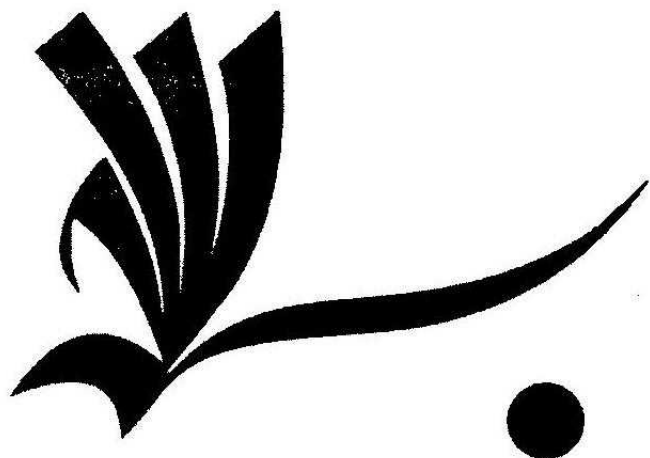


۲۰۳۳۱۱۹



مدیریت استراتژیک مفاهیم

مؤلف:

فرانک تی راترمل

مترجمین:

هومن پشوتنی زاده

شایان باستانی اله آبادی

www.ketab.ir

سرشناسه	: راترمل، فرانک تی. Rothaermel, Frank T
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت استراتژیک: مفاهیم/نویسنده فرانک روتاثرمل ؛ ترجمه هومن پشوتنی‌زاده، شایان باستانی اله‌آبادی.
مشخصات نشر	: تهران: شاپرک سرخ، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۵۱۵ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۳-۲۳۴-۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: [Strategic management ۲۰۱۵]
یادداشت	: کتاب حاضر اولین بار در سال ۱۳۹۶ با ترجمه حسین نوروزی، داور نظری اردبیلی، فاطمه سبحانی فرد توسط فوزان منتشر شده است.
موضوع	: برنامه‌ریزی راهبردی
موضوع	: Strategic planning
شناسه افزوده	: پشوتنی‌زاده، هومن، ۱۳۶۹ -، مترجم
شناسه افزود	: باستانی اله‌آبادی، شایان، ۱۳۶۸ -، مترجم
رده بندی کنگ	: الف ۱۳۹۷ م ۴۰۱۲/۶۵۸ HD۲۸/۳۰/۱۲
رده بندی دی‌سی	: ۴۰۱۲/۶۵۸
شماره کد بین‌المللی	: ۵۵۷۰۲۸۱
ملی	

عنوان: مدیریت استراتژیک: مفاهیم

نویسنده: فرانک تی راترمل

مترجمین: هومن پشوتنی‌زاده-شایان باستانی، آری

نوبت چاپ: اول زمستان ۱۳۹۷

ناشر: شاپرک سرخ

چاپ و صحافی: شاپرک

شمارگان: ۱۰۰۰

قیمت: ۵۵۰۰۰ تومان

شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۳-۲۳۴-۸

انتشارات شاپرک سرخ

تهران، میدان انقلاب اسلامی، ابتدای خیابان آزادی، کوچه شهید جنتی، پلاک ۲۴

واحد ۱

۰۹۱۲-۲۱۴۴۶۰۰

۰۲۱-۶۶۹۳۳۷۴۶

www.shaparac.com



فهرست

۱۹.....	بخش اول: تحلیل استراتژیک
۲۱.....	فصل ۱- استراتژی چیست و چرا مهم است؟
۲۱.....	اهداف یادگیری
۲۲.....	مطالعه موردی فصل ۱
۲۴.....	استراتژی چیست؟ به دست آوردن و حفظ مزیت رقابتی
۲۴.....	مزیت رقابتی چیست؟
۲۶.....	استراتژی چیست؟
۲۸.....	استراتژی به عنوان یک تئوری درباره نحوه رقابت
۳۰.....	تأثیرات صنعت در مقابل تأثیرات سازمان در تعیین عملکرد
۳۱.....	استراتژی چه چیزی نیست؟
۳۳.....	فرمول‌بندی استراتژی در میان سطوح شرکتی، کسب‌وکار و عملکردی
۳۵.....	مدل‌های کسب‌وکار بکرگیری استراتژی در عمل
۳۸.....	استراتژی در قرن ۲۱
۳۸.....	شتاب در تغییر فناوری
۴۰.....	یک دنیای کاملاً جهانی
۴۲.....	صنایع آتی
۴۲.....	بهداشت و درمان
۴۳.....	اقتصاد سبز
۴۵.....	نمونه استراتژی ۱-۱
۴۵.....	تریدلس: تأثیرپذیری از جمع‌سپاری برای طراحی تیشرت‌های خنک
۴۶.....	وب ۲.۰
۴۷.....	ذینفعان
۴۹.....	چارچوب استراتژی AFI
۵۱.....	مفاهیم کاربردی
۵۳.....	سوالات قابل بحث
۵۴.....	موضوعات اخلاقی / اجتماعی
۵۴.....	تمرین گروهی
۵۴.....	تمرین گروهی ۱
۵۵.....	تمرین گروهی ۲

۵۵	 پروژه استراتژی
۵۵	 کلیات پروژه
۵۷	 استراتژی من

فصل ۲- فرآیند مدیریت استراتژیک ۵۹

۵۹	 اهداف یادگیری
۶۰	 مطالعه موردی فصل ۲
۶۱	 چشم‌انداز، مأموریت و ارزش‌ها
۶۲	 سازمان‌های رویایی
۶۴	 شکل‌گیری هدف استراتژیک
۶۵	 نمونه استراتژی ۱-۲: پیروز شدن به واسطه‌ی هدف استراتژیک
۶۶	 بیانیه مأموریت
۶۶	 مأموریت‌های مشتری محور
۶۷	 مأموریت‌های محصول محور
۶۹	 بیانیه مأموریت و مزیت رقابتی
۶۹	 ارتباط مثبت میان بیانیه مأموریت و مزیت رقابتی
۷۰	 ارتباط منفی میان بیانیه مأموریت و مزیت رقابتی
۷۰	 عدم ارتباط میان بیانیه مأموریت و مزیت رقابتی
۷۲	 ارزش‌های جاودان
۷۴	 ساخت استراتژی برای دستیابی به مزیت رقابتی: گونه استراتژی ایجاد می‌شود؟
۷۵	 برنامه‌ریزی استراتژیک
۷۵	 نمونه استراتژی ۲-۲: سناریوهای آتی شرکت شل
۷۶	 برنامه‌ریزی سناریو
۷۹	 تجزیه و تحلیل استراتژیک را از اقدامات استراتژیک تفکیک نکنید
۸۱	 استراتژی به عنوان یک ضرورت برنامه‌ریزی شده: از بالا به پایین و از پایین به بالا
۸۲	 نمونه استراتژی ۳-۲، مدیر استارباکس: این، آن چیزی نیست که ما انجام می‌دهیم!
۸۳	 چارچوب برنامه‌ریزی مینتربرگ
۸۶	 موارد کاربرد برای استراتژیست‌ها
۸۷	 مطالعه موردی
۸۸	 مفاهیم کاربردی
۸۹	 سوالات قابل بحث
۹۰	 موضوعات اخلاقی / اجتماعی

۹۰	تمرین گروهی
۹۰	تمرین گروهی ۱
۹۱	تمرین گروهی ۲
۹۲	پروژه استراتژی
۹۲	استراتژی من
۹۲	ارزش‌های شما چقدر برایتان ارزشمند می‌باشند؟

فصل ۳- تحلیل محیط بیرونی: ساختار صنعت، نیروهای رقابتی و گروه‌های استراتژیک

۹۵	اهداف یادگیری
۹۶	مطالعه موردی فصل ۳
۹۶	ره‌های خود را بسازید تا موانع ورود را کنار بگذارید
۹۸	چارچوب PESTEL
۹۸	عوامل سیاسی
۹۹	عوامل اقتصادی
۱۰۰	نمونه استراتژی ۳-۱
۱۰۰	بانک یوبی‌اس تحت فشار دولت آمریکا
۱۰۳	عوامل اجتماعی فرهنگی
۱۰۴	عوامل تکنولوژیکی
۱۰۴	عوامل زیست محیطی
۱۰۵	عوامل حقوقی
۱۰۶	درک اختلاف در عملکرد صنعتی: مدل ساختار - عملکرد
۱۰۸	رقابت کامل
۱۰۹	رقابت انحصاری
۱۱۰	انحصار چند جانبه
۱۱۱	انحصار
۱۱۲	نیروهای رقابتی و استراتژی شرکتی: مدل پنج نیروی پورتر
۱۱۳	تهدید ورود تازه واردان
۱۱۴	قدرت عرضه‌کننده
۱۱۵	قدرت خریداران
۱۱۷	تهدید کالاهای جایگزین
۱۱۷	رقابت شدید در بین رقبای موجود
۱۲۰	پنج نیروی رقابتی پورتر در خطوط هواپیمایی در مقابل نوشیدنی‌های غیرالکلی

افزودن نیروی ششم: نقش مکمل‌های استراتژیک	۱۲۱
تغییرات در طول زمان: پویایی‌های صنعتی	۱۲۳
جراحی تفاوت عملکرد در صنعت یکسان: گروه‌های استراتژیک	۱۲۷
نگاشت گروه‌های استراتژیک	۱۲۸
موانع تحرک	۱۳۰
مطالعه موردی	۱۳۱
مفاهیم کاربردی	۱۳۱
موضوعات اخلاقی / اجتماعی	۱۳۴
تمرین گروهی	۱۳۴
تمرین گروهی شماره ۱ (موضوعات اجتماعی / اخلاقی)	۱۳۴
تمرین گروهی شماره ۲	۱۳۴
پروژه استراتژی	۱۳۵
استراتژی من	۱۳۵
فصل ۴- تجزیه و تحلیل درونی منابع، قابلیت‌ها و فعالیت‌ها	۱۳۷
اهداف یادگیری	۱۳۷
مورد مطالعه فصل ۴	۱۳۸
تجزیه و تحلیل درونی: نگاهی به درون شرکت برای ساینس‌های اصلی	۱۳۹
دیدگاه مبتنی بر منابع	۱۴۴
دو فرض اساسی موجود در مدل مبتنی بر منابع	۱۴۶
چهارچوب VRIO	۱۴۸
نمونه استراتژی ۱-۴	۱۵۳
چگونه نینتندو بر روی گیمرها تمرکز کرد؟	۱۵۳
سیستم‌های فعالیت استراتژیک دینامیک و پویا	۱۵۶
نقطه‌نظر قابلیت‌های پویا	۱۵۹
نمونه استراتژی ۲-۴	۱۶۱
پویایی استراتژیک مناسب آی‌بی‌ام	۱۶۱
چگونه از مزیت رقابتی حمایت کنیم	۱۶۴
انتظارات بهتر از ارزش آینده منابع	۱۶۴
نمونه استراتژی ۳-۴	۱۶۵
بیل گیتس خوش‌شانس	۱۶۵
وابستگی به مسیر	۱۶۶

۱۶۶	ابهام علت و معلولی (علی)
۱۶۷	پیچیدگی اجتماعی
۱۶۸	جمع‌آوری تحلیل‌های درونی و بیرونی: تحلیل‌های SWOT
۱۶۹	مطالعه موردی
۱۶۹	مفاهیم کاربردی
۱۷۱	سوالات قابل بحث
۱۷۱	موضوعات اخلاقی / اجتماعی
۱۷۲	تمرین گروهی
۱۷۲	تمرین گروهی ۱
۱۷۲	تمرین گروهی ۲
۱۷۳	پروژه استاری
۱۷۳	استراتژی من

۱۷۵	فصل ۵- مزایای رقابتی و لکرد شرکت
۱۷۶	مطالعه موردی فصل ۵
۱۷۶	ارزیابی مزیت رقابتی: گوکار دی براد انکروسافت
۱۷۷	سنجش مزیت رقابتی
۱۷۸	خلق ارزش اقتصادی
۱۸۲	سودآوری حسابداری
۱۸۸	خلق ارزش سهامداری
۱۹۱	بدست آوردن و نگهداری مزیت رقابتی
۱۹۴	کارت امتیازی متوازن
۱۹۶	مزایای کارت امتیازی متوازن
۱۹۸	معایب کارت امتیازی متوازن
۱۹۸	خطوط حداقل سه گانه
۲۰۰	نمونه استراتژی ۱-۵
۲۰۱	مفاهیم برای استراتژیست‌ها
۲۰۲	مطالعه موردی
۲۰۳	مفاهیم کاربردی
۲۰۵	سوالات قابل بحث
۲۰۵	موضوعات اخلاقی / اجتماعی
۲۰۶	تمرین گروهی

تمرین گروهی ۱.....	۲۰۶
تمرین گروهی ۲.....	۲۰۶
پروژه استراتژی.....	۲۰۸
بخش دوم: فرموله نمودن استراتژی.....	
فصل ۶ استراتژی سطح کسب و کار، ایجاد تمایز، رهبری هزینه و ادغام.....	۲۱۱
مورد مطالعه.....	۲۱۴
استراتژی سطح کسب و کار: چگونه رقابت کنیم تا به مزیت دست یابیم.....	۲۱۶
موقعیت استراتژیک.....	۲۱۷
استراتژی‌های عمومی کسب و کار.....	۲۱۸
استراتژی ۱ ایجاد تمایز: درک محرک‌های ارزش.....	۲۲۰
محرک‌های ارزش.....	۲۲۲
ویژگی‌های محصولات.....	۲۲۳
خدمات مشتری.....	۲۲۳
نمونه استراتژی ۱-۶.....	۲۲۴
سفارشی‌سازی.....	۲۲۵
مکمل‌ها.....	۲۲۵
استراتژی رهبری هزینه: درک محرک‌های هزینه.....	۲۲۶
نمونه استراتژی ۲-۶.....	۲۲۸
محرک‌های هزینه.....	۲۲۹
اقتصاد مقیاس.....	۲۳۰
تقسیم هزینه ثابت بر خروجی بزرگتر.....	۲۳۱
بکار بردن سیستم‌ها و تجهیزات تخصصی.....	۲۳۱
کسب مزیت از دارایی‌های فیزیکی.....	۲۳۲
منحنی یادگیری.....	۲۳۴
منحنی تجربه.....	۲۳۶
استراتژی سطح کسب و کار و پنج نیروی رقابتی: مزایا و ریسک‌ها.....	۲۳۷
منافع و مخاطرات استراتژی رهبری هزینه.....	۲۳۸
منافع و مخاطرات استراتژی تمایز.....	۲۳۹
استراتژی ادغام: ترکیب استراتژی رهبری هزینه و تمایز.....	۲۴۰
استراتژی یکپارچه‌سازی در سطح کسب و کار.....	۲۴۱
محرک‌های ارزش و هزینه در استراتژی ادغام.....	۲۴۳

۲۴۴	کیفیت
۲۴۴	مؤلفه صرفه به مقیاس
۲۴۴	نوآوری
۲۴۵	ساختار، فرهنگ و رویه‌ها
۲۴۷	استراتژی ادغام در سطح شرکت
۲۴۹	پویایی موقعیت‌یابی رقابتی
۲۵۱	مطالعه موردی
۲۵۲	مفاهیم کاربردی
۲۵۴	سوالات قابل بحث
۲۵۴	موضوعات اخلاقی/ اجتماعی
۲۵۵	تمرین گروهی
۲۵۵	تمرین گروهی ۱
۲۵۵	تمرین گروهی ۱
۲۵۵	پروژه استراتژی
۲۵۶	استراتژی من

۲۵۹	فصل ۷: استراتژی کسب‌وکار: نوآوری، کارآفرینی استراتژیک
۲۶۰	مطالعه موردی فصل ۷
۲۶۱	رقابت ناشی از نوآوری
۲۶۳	نوآوری و چرخه‌ی عمر صنعت
۲۶۵	مرحله معرفی
۲۶۶	نمونه استراتژی ۱-۷
۲۶۸	مرحله رشد
۲۷۱	نمونه استراتژی ۲-۷
۲۷۲	مرحله بلوغ
۲۷۳	مرحله افول
۲۷۵	کارآفرینی استراتژیک
۲۷۸	انواع نوآوری
۲۷۸	نوآوری‌های افزایشی و بنیادی
۲۸۰	دلایل اقتصادی برای نوآوری افزایشی
۲۸۱	دلایل سازمانی، برای نوآوری افزایشی
۲۸۱	نمونه استراتژی ۳-۷:

۲۸۱	دلایل استراتژیک برای نوآوری افزایشی
۲۸۲	نوآوری‌های ساختاری و مخرب
۲۸۶	نمونه استراتژی ۴-۷
۲۸۷	اینترنت به عنوان یک نوآوری مخرب: Long Tail
۲۹۰	نابیوستگی‌ها: دوره‌های تغییر الگو
۲۹۳	آبر رقابت
۲۹۵	ادامه مطالعه موردی فصل ۷:
۲۹۶	مفاهیم کاربردی
۲۹۷	سوالات قابل بحث
۲۹۸	موضوعات اخلاقی / اجتماعی
۲۹۸	تمرین گامی
۲۹۸	تمرین گامی ۱
۲۹۹	پروژه استراتژی
۲۹۹	مرحله ۷: استراتژی نوآوری
۲۹۹	استراتژی من

۳۰۱	فصل ۸ - استراتژی شرکتی: ادغام عمودی و متنوع‌سازی
۳۰۲	مطالعه موردی فصل ۸
۳۰۴	استراتژی در سطح شرکت چیست؟
۳۰۶	اقتصاد هزینه‌های معامله و دامنه شرکت
۳۰۷	شرکت در مقابل بازار: بسازد یا بخرد؟
۳۱۱	جایگزین‌هایی در طیف ساخت یا خرید
۳۱۱	قراردادهای کوتاه‌مدت
۳۱۱	اتحاد استراتژیک
۳۱۲	قراردادهای بلندمدت
۳۱۲	نمونه استراتژی ۱-۸
۳۱۳	اتحاد سهام
۳۱۴	مشارکت انتفاعی
۳۱۴	رابطه والد-تابع
۳۱۵	ادغام عمودی در امتداد زنجیره ارزش صنعت
۳۱۷	انواع ادغام عمودی
۳۱۹	مزایا و ریسک‌های ادغام عمودی

۳۲۱	نمونه استراتژی ۸-۲
۳۲۳	جایگزین‌های ادغام عمودی
۳۲۵	متنوع‌سازی شرکت: گسترش به ورای بازار واحد
۳۲۶	انواع تنوع شرکتی
۳۲۸	نمونه استراتژی ۸-۳
۳۲۹	تقویت شایستگی‌های اصلی برای ایجاد تنوع در شرکت
۳۳۲	تنوع شرکتی
۳۳۴	بازسازی
۳۳۶	بازار سرمایه درونی
۳۳۸	استراتژی شرکتی: ترکیب ادغام عمودی و تنوع
۳۳۹	مطالعه موردی
۳۴۰	مفاهیم کاربردی
۳۴۳	سوالات قابل بحث
۳۴۳	موضوعات اخلاقی اجتماعی
۳۴۴	تمرین گروهی
۳۴۴	تمرین گروهی ۱
۳۴۴	تمرین گروهی ۲
۳۴۵	پروژه استراتژی
۳۴۵	مرحله ۸: ادغام عمودی
۳۴۶	استراتژی من
۳۴۷	فصل ۹- استراتژی شرکتی: مالکیت، متحدین و شبکه‌ها
۳۴۸	مطالعه موردی فصل ۹
۳۵۰	ادغام شرکت‌ها: ترکیب و ادغام
۳۵۱	ادغام افقی: ادغام با رقبا
۳۵۳	نمونه استراتژی ۹-۱
۳۵۴	ادغام در مقابل ترکیب
۳۵۵	بدست آوردن و نگهداری مزیت رقابتی
۳۶۰	نمونه استراتژی ۹-۲
۳۶۲	نمونه استراتژی ۹-۳
۳۶۵	کنترل اتحادهای استراتژیک
۳۶۸	توانایی مدیریت اتحاد

۳۷۲	شبکه استراتژیک
۳۷۳	تجزیه و تحلیل شبکه‌های استراتژیک
۳۷۴	نمونه استراتژی ۹-۴
۳۷۸	مطالعه موردی
۳۷۹	مفاهیم کاربردی
۳۸۰	سوالات قابل بحث
۳۸۱	موضوعات اخلاقی / اجتماعی
۳۸۱	تمرین گروهی
۳۸۱	تمرین گروهی ۱
۳۸۲	تمرین گروهی ۲
۳۸۳	پروژه استراتژی
۳۸۳	استراتژی ن
۳۸۷	فصل ۱۰- استراتژی اجتماعی: رقابت در سراسر جهان
۳۸۸	مورد مطالعه ۱۰
۳۹۱	جهانی‌سازی چیست؟
۳۹۲	جهانی شدن: چرا؟
۳۹۳	مزایای گسترش جهانی
۳۹۳	نمونه استراتژی ۱-۱۰
۳۹۳	مراحل جهانی‌سازی
۳۹۷	دسترسی به فاکتورهای ورودی کم هزینه
۳۹۷	نمونه استراتژی ۲-۱۰
۳۹۹	توسعه شایستگی‌های جدید
۳۹۹	معایب گسترش و توسعه بین‌المللی
۴۰۱	جهانی شدن: کجا و چگونه؟
۴۰۱	شرکت‌های چندملیتی وارد چه کشورهایی می‌شوند؟
۴۰۵	شرکت‌های چند ملیتی چگونه وارد بازار خارجی می‌شوند؟
۴۰۶	استراتژی در سراسر جهان: کاهش هزینه در مقابل پاسخگویی محلی
۴۱۰	استراتژی بین‌المللی
۴۱۱	استراتژی بومی‌سازی
۴۱۲	استراتژی استانداردسازی جهانی
۴۱۳	استراتژی فراملیتی

۴۱۳	نمونه استراتژی ۳-۱۰
۴۱۵	مزیت رقابتی ملی: پیشرو بودن در جهان در صنایع خاص
۴۱۵	چارچوب مزیت رقابت ملی پورتر
۴۱۸	خوشه‌های منطقه‌ای
۴۲۳	بخش سوم: پیاده‌سازی استراتژی
۴۲۵	فصل ۱۱: طراحی سازمان: ساختار، فرهنگ، کنترل و مدیریت
۴۲۶	مطالعه موردی فصل ۱۱
۴۲۹	نحوه سازماندهی یک سازمان برای رسیدن به مزیت رقابتی
۴۳۰	سستی سازمانی و شکست و ناکامی شرکت‌ها
۴۳۱	نمونه استراتژی ۱-۱۱: مرا در چارت سازمانی یا هو بگذارید
۴۳۲	عوامل اصلی ساختار سازمانی
۴۳۵	مونتاژ قطعات: سازمان‌ها: ارگانیک و سازمان‌های مکانیستی (ماشینی)
۴۳۸	هماهنگی میان استراتژی ساختار
۴۳۸	ساختار ساده
۴۳۹	ساختارهای عملکردی
۴۴۰	کاربرد استراتژی‌های کسب‌وکاری متنوع
۴۴۳	نمونه استراتژی ۳-۱۱
۴۴۴	ساختار چند بعدی
۴۴۷	استفاده از استراتژی‌های شرکتی مختلف
۴۴۸	ساختار ماتریسی
۴۵۱	استفاده از استراتژی‌های جهانی مختلف
۴۵۳	فرهنگ سازمانی: ارزش‌ها، هنجارها و ابتکارات (مصنوعات)
۴۵۴	فرهنگ‌های سازمانی از کجا آمده است؟
۴۵۵	چگونه فرهنگ سازمانی تغییر می‌کند؟
۴۵۶	فرهنگ سازمانی و مزیت رقابتی
۴۵۷	نمونه استراتژی ۴-۱۱
۴۵۹	کنترل استراتژیک و سیستم‌های پاداش
۴۶۰	کنترل ورودی‌ها
۴۶۰	کنترل خروجی‌ها
۴۶۲	مطالعه موردی
۴۶۲	مفاهیم کاربردی

۴۶۴	 سوالات قابل بحث
۴۶۵	 موضوعات اخلاقی / اجتماعی
۴۶۵	 تمرین گروهی
۴۶۵	 تمرین گروهی ۱
۴۶۶	 تمرین گروهی ۲ (موضوعات اخلاقی / اجتماعی)
۴۶۶	 پروژه استراتژی
۴۶۸	 استراتژی من

فصل ۱۲: حاکمیت شرکتی، اخلاق کسب‌وکار و رهبری راهبردی ۴۷۱

۴۷۲	 مطالعه موردی فصل ۱۲
۴۷۴	 مدیریت استراتژیک و نقش کسب‌وکار در جامعه
۴۷۷	 استراتژی ذی‌معنا
۴۷۸	 تحلیل تأثیر بین‌فعالی
۴۸۴	 مسئولیت اجتماعی شرکت
۴۸۶	 حاکمیت شرکتی
۴۸۹	 هیأت مدیره
۴۹۰	 نمونه استراتژی ۱-۱۲
۴۹۲	 دیگر مکانیزم‌های حاکمیت
۴۹۴	 بازرسان، قانون‌گذاران و تحلیلگران صنعت
۴۹۵	 حاکمیت شرکتی در سراسر جهان
۴۹۸	 استراتژی و اخلاق کسب‌وکار
۵۰۱	 رهبر استراتژیک
۵۰۲	 رهبران استراتژیک چه کارهایی را انجام می‌دهند؟
۵۰۳	 نقش بین فردی
۵۰۳	 نقش اطلاعاتی
۵۰۴	 نقش تصمیم‌گیرنده
۵۰۴	 چگونه تبدیل به یک رهبر اخلاقی و تأثیرگذار استراتژیک می‌شوید؟
۵۰۷	 ادامه مطالعه موردی
۵۰۸	 مفاهیم کاربردی
۵۱۰	 سوالات قابل بحث
۵۱۱	 موضوعات اخلاقی / اجتماعی
۵۱۲	 تمرین گروهی

۵۱۲	تمرین گروهی ۱
۵۱۲	تمرین گروهی ۲ (مسائل اخلاقی / اجتماعی)
۵۱۳	پروژه استراتژی
۵۱۳	استراتژی من