

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مبانی مدیریت استراتژیک

مؤلفان:

محمد آیتی مهر / فردین بیگی



نشر تراوا

سرشناسه	:	آیتی مهر، محمد ۱۳۵۴-
عنوان و پدیدآور	:	مبانی مدیریت استراتژیک / محمد آیتی مهر، فردین بیگی.
مشخصات نشر	:	اهواز: ترآوا، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۲۵۴ص: جدول، نمودار.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۳۴۷-۳۶۵-۲
وضعیت فهرست نویسی	:	فیفا
موضوع	:	برنامه ریزی و راهبردی
موضوع	:	Strategic planning
شناسه افزوده	:	بیگی، فردین، ۱۳۷۳ -
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۷ / ۳۱۹ / HD۳۷
رده بندی دیویی	:	۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۴۵۳۳۹۲



مبانی مدیریت استراتژیک

مؤلفین: محمد آیتی مهر، فردین بیگی

طرح روی جلد: فرشید کرمی

ناشر: ترآوا

شماره: ۸۳۰

نوبت چاپ: ۱ / ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۴۷-۳۶۵-۱

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

نشر ترآوا: اهواز - کیانپارس - خیابان نهم غربی - پلاک ۱۲۸

نمبر: ۰۶۱۳۳۹۰۳۷۱۴ همراه: ۰۹۱۶۱۱۳۶۷۸۵

Taravapublication@yahoo.com

فروشگاه اینترنتی www.tarava.com



@taravapub

حق چاپ و نشر مخصوص ناشر است.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
"ن و القلم و ما یسطرون"

پیشگفتار

بی‌تردید تعالی علمی و فرهنگی کشور، بازتاب میزان تفکری است که فرهیختگان در مقام عمل به منصفه ظهور می‌رسانند. در این بین، مهم‌تر و حساس‌تر از همه، رسالت عالمان و علم‌جویان است. این رسالت، همانگونه که در جهت پرورش استعدادهای فردی، یا قرائت و مطالعه انجام می‌گیرد. برای پیشبرد اهداف اجتماعی و تعالی فرهنگی، با کتابت و مباحثه نیز محقق می‌شود.

از این رو، یکی از مسئولیت‌های مهم مراکز فرهنگی در کنار تعلیم و تربیت، نشر آثار علمی است. ما نیز، برای ارتقای سطح علمی دانشجویان و ارتقای افکار دانش پژوهان، به چاپ این کتاب اقدام کرده‌ایم؛ با این استمرار فعالیت‌های انتشاراتی ما، بتوانید گامی در راه رشد و بالندگی فرهنگی بردارید.

از صاحب نظران گرامی خواهشمند است با ارائه پیشنهادهای خود به آدرس اینترنتی fardin.perim.beigi6610@gmail.com، در جهت اصلاح نواقص احتمالی این کتاب و تهیه مطالب مناسب متون درسی دانشگاهی ما، یاری کنید. امید است این اثر علمی مورد استفاده استادان و دانش پژوهان قرار گیرد.

و من الله العزیز و علیہ التکلان
محمد آیتی - فردین بیگی

صفحه	عنوان
۱۲	بخش ۱: فرایند مدیریت استراتژیک
۱۲	فصل اول: کلیات مدیریت استراتژیک
۱۲	۱-۱- مقدمه
۱۲	۲-۱- تعریف استراتژی
۱۶	۳-۱- تفاوت استراتژی با تاکتیک‌ها و تکنیک‌ها
۱۹	۴-۱- استراتژی‌ها و خط مشی‌ها
۲۲	۵-۱- مدیریت استراتژیک و مزایای حاصل از آن
۲۴	۶-۱- مزایای استفاده از مدیریت استراتژیک
۲۵	۷-۱- موانع و محدودیت‌های مدیریت استراتژیک
۲۶	۸-۱- مدل‌های مدیریت استراتژیک
۳۱	۹-۱- عناصر اصلی فرایند مدیریت استراتژیک
۳۱	۹-۱-۱- استراتژیست‌ها
۳۲	۹-۱-۲- چشم انداز
۳۳	۱۰-۱- بیانیه ماموریت
۳۶	۱۱-۱- اجزای بیانیه ماموریت
۳۹	۱۲-۱- نیت استراتژیک (Strategic intent)
۴۷	فصل دوم: مکاتب شکل‌گیری استراتژی، پارادایم‌ها و به هم پیوستگی بیزی استراتژیک
۴۷	۱-۲- مقدمه
۴۷	۲-۲- مفهوم پارادایم
۴۸	۳-۲- کارکردهای پارادایم‌ها
۴۹	۴-۲- رابطه استراتژی با پارادایم
۵۳	۵-۲- پارادایم‌های شکل‌گیری استراتژی مبتنی بر علم و هنر
۵۶	۶-۲- مکاتب شکل‌گیری استراتژی‌ها و فرایند مدیریت استراتژیک
۶۲	۷-۲- مکتب ترکیبی (مکتب سیستمی - اقتضایی دوراندیشانه)
۶۴	۸-۲- مکاتب ۱۰ گانه مدیریت استراتژیک
۶۶	۹-۲- معرفی مکاتب تجویزی
۷۱	۱۰-۲- معرفی مکاتب توصیفی (تجربی - انطباقی)
۷۷	۱۱-۲- معرفی مکاتب تلفیقی
۷۸	۱۲-۲- تصویر کلی مکاتب ده گانه

۷۸	۱۳-۲- برنامه ریزی استراتژیک
۸۶	بخش دوم: بررسی محیطی
۸۶	فصل سوم: تحلیل محیط خارجی
۸۶	۱-۳- مقدمه
۸۷	۲-۳- متغیرهای اقتصادی
۸۸	۳-۳- نیروهای اجتماعی و فرهنگی و بوم شناختی و محیطی
۹۰	۴-۳- نیروهای سیاسی، دولتی و قانونی
۹۱	۵-۳- نیروهای رقابتی
۹۲	۶-۳- تحلیل ساختاری رقبا در صنعت
۱۰۰	۷-۳- محیط خرد
۱۰۱	۸-۳- محدودیت های تحال محیطی
۱۰۸	فصل ۴: تحلیل محیط داخلی
۱۰۸	۱-۴- مقدمه
۱۰۹	۲-۴- عوامل استراتژیک داخلی
۱۰۹	۳-۴- مدیریت
۱۱۰	۴-۴- برنامه ریزی
۱۱۱	۵-۴- سازماندهی
۱۱۲	۶-۴- بسیج منابع و امکانات (ایجاد انگیزه)
۱۱۳	۷-۴- تامین نیروی انسانی
۱۱۴	۸-۴- اعمال کنترل
۱۱۵	۹-۴- بازاریابی
۱۱۵	۱۰-۴- امور مالی و حسابداری
۱۱۸	۱۱-۴- تولید و عملیات
۱۱۹	۱۲-۴- واحدهای تحقیق و توسعه
۱۲۱	۱۳-۴- سیستم های اطلاعاتی رایانه ای
۱۲۳	۱۴-۴- تحلیل نظام مند محیط داخلی
۱۲۵	۱۵-۴- تحلیل زنجیره ارزش
۱۲۷	۱۶-۴- فعالیت های اصلی
۱۲۸	۱۷-۴- فعالیت های پشتیبانی

۱۲۹	۱۸-۲- ماتریس ارزیابی عوامل درونی
۱۳۶	بخش سوم: طراحی و تدوین استراتژی ها
۱۳۶	فصل ۵: استراتژی های رقابتی
۱۳۶	۱-۵- مقدمه
۱۳۸	۲-۵- استراتژی های ژنریک پورتر
۱۳۸	۳-۵- استراتژی رهبری هزینه ها
۱۴۰	۴-۵- خطرات ناشی از رهبری هزینه
۱۴۱	۵-۵- استراتژی تمركز
۱۴۲	۶-۵- خطرات ناشی از تمركز
۱۴۲	۷-۵- استراتژی تمرکز
۱۴۲	۸-۵- خطرات ناشی از تمرکز
۱۴۵	۹-۵- گیر افتادن در وسط
۱۴۶	۱۰-۵- نقدی بر مدل پورتر و استراتژی ترکیبی
۱۴۷	۱۱-۵- مدل استو و مایلز
۱۵۰	۱۲-۵- ترکیب استراتژی های پورتر- استو- مایلز
۱۵۱	۱۳-۵- منابع، شایستگی ها، شایستگی های محرک رقابت پایداری
۱۵۸	فصل ۶: استراتژی هدایتی
۱۵۸	۱-۶- مقدمه
۱۶۱	۲-۶- استراتژی های رشد
۱۶۲	۳-۶- استراتژی رسوخ در بازار
۱۶۳	۴-۶- استراتژی توسعه بازار
۱۶۴	۵-۶- استراتژی توسعه محصول
۱۶۴	۶-۶- استراتژی تنوع
۱۶۶	۷-۶- استراتژی تنوع عمودی
۱۶۷	۸-۶- استراتژی تنوع افقی
۱۶۷	۹-۶- استراتژی تنوع مورب
۱۶۷	۱۰-۶- استراتژی تنوع ناهمگون
۱۶۸	۱۱-۶- استراتژی های ثبات
۱۶۹	۱۲-۶- استراتژی های عقب نشینی

۱۷۷	فصل ۷: روش‌های توسعه استراتژیک
۱۷۷	۱-۷- مقدمه
۱۷۷	۲-۷- روش‌های توسعه ارگانیک
۱۸۱	۳-۷- روش‌های توسعه مبتنی بر برون سازمان از طریق توسعه مشترک و تشریک مساعی با سایر سازمان‌ها
۱۸۳	۴-۷- اعطای حق امتیاز
۱۸۴	۵-۷- فرانچایز
۱۸۵	۶-۷- موضوعات اساسی در قرارداد فرانشر
۱۸۷	۷-۷- اتحادیه‌های استراتژیک
۱۸۸	۸-۷- عملیات اتحاد استراتژیک
۱۸۹	۹-۷- جوینت ونچر: مایه گذاری مشترک
۱۹۰	۱۰-۷- موضوعات اساسی در سرمایه گذاری مشترک
۱۹۶	بخش ۴: تحلیل، انتخاب و پایه سازی استراتژی‌ها
۱۹۶	فصل ۸: تحلیل و انتخاب استراتژی
۱۹۶	۱-۸- مقدمه
۱۹۷	۲-۸- ماهیت اهداف بلندمدت
۲۰۳	۳-۸- چارچوب تحلیلی فرایند انتخاب استراتژی‌ها
۲۰۴	۴-۸- ماتریس گروه مشاوران بوستون
۲۰۸	۵-۸- ماتریس جنرال الکتریک
۲۱۰	۶-۸- ماتریس سوات
۲۱۴	۷-۸- نارسایی‌های مدل SWOT
۲۱۵	۸-۸- ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک
۲۲۲	۹-۸- ماتریس انتخاب استراتژی کسب و کار
۲۲۳	۱۰-۸- مرحله تصمیم‌گیری در فرایند تحلیل و انتخاب استراتژی
۲۳۴	بخش ۵: کنترل و ارزیابی استراتژی‌ها
۲۳۴	فصل ۹: کنترل و ارزیابی استراتژی‌ها با استفاده از رویکرد BCS
۲۳۴	۱-۹- مقدمه
۲۳۵	۲-۹- مدل کارت امتیازی متوازن
۲۳۷	۳-۹- مروری بر نسل‌های BSC

- ۲۳۷ ۹-۴- نسل اول کارت امتیازی متوازن
- ۲۴۱ ۹-۵- نسل دوم کارت امتیازی متوازن
- ۲۴۲ ۹-۶- انتخاب سنجه‌های استراتژیک برای وجه‌های مدل BSC
- ۲۴۳ ۹-۷- نسل سوم کارت امتیازی متوازن
- ۲۴۴ ۹-۸- نسل چهارم کارت امتیازی متوازن
- ۲۴۶ ۹-۹- برنامه ریزی اقتضایی
- ۲۴۸ ۹-۱۰- حسابرسی
- ۲۴۹ ۹-۱۱- ویژگی‌های سیستم ارزیابی اثربخش