



استراتیج ادبیات روز

مدیریت استراتژیک

محمد رضا پور صاحبی
ادراهم فرجی

www.ketab.ir

سر شناسه : پورصاحبی، محمدرضا، ۱۳۴۷ -
عنوان و نام پدیدآور : مدیریت استراتژیک / محمدرضا پورصاحبی
مشخصات نشر : تهران، ادیان روز، ۱۳۹۵
مشخصات ظاهری : ۱۶۸ص:مصور، جدول
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۱۹۰-۲۷-۱
وضعیت فهرست نویسی : فیا
موضوع : برنامه ریزی راهبردی
سبب : نظام های اطلاعاتی مدیریت
موضوع : بازرگانی الکترونیکی
نماینه : فرجی ابراهیم
رده ی کنگر : HD۳۰/۲۸/۸۲۷م۲ ۱۳۹۵
رده بندی ریی : ۶۵۸/۲۰۱۲
شماره کتابشناسی ملی : ۴۱۴۰۶۳۷

مؤلفین : محمدرضا پورصاحبی - ابراهیم فرجی
گرافیکست و صفحه آرا : مرتضی علیراده
طراح جلد : وحید پناهی شانه
شمارگان : ۱۰۰۰
قیمت : ۱۱۵۰۰ تومان
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۱۹۰-۲۷-۱
تاریخ انتشار : بهار ۹۵
نوبت چاپ : اول
چاپ و صحافی : طوس

کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیان روز می باشد و هرگونه استفاده از این کتاب (کپی تکثیر، استفاده در کارگاه های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

تلفن : ۱۵-۶۶۹۵۶۸۱۲

خرید اینترنتی از طریق:

www.adibanbook.com

www.adibanbook.ir



همچنان که به هزاره سوم گام می‌نهیم چالش رهبری و هدایت سازمان‌ها و کسب و کار یک مسئله اصلی برای مدیران محسوب می‌شود. ادامه شیوه‌های انجام کار و سیاست‌های راهبردی گذشته به نظر می‌رسد که در شرایط جدید از کارایی، اثربخشی و بهره‌وری مطلوبی برخوردار نبوده و منافع دژه را برای سازمان به ارمغان نیاورد. مدیران ارشد، میانی، اجرایی و حتی کارکنان بایستی در جنبه‌های مختلفی نبرد نمایند. رقابت دیگر مرزی نمی‌شناسد. همکاری‌ها و اتحادیه‌ها در سطوح مختلف شکل می‌گیرند. شیوه‌های جدید کسب و کار از مفاهیمی چون برون سپاری و باز مهندسی بهره می‌گیرند. معیط‌های کاری، فرهنگ سازمانی، زندگی کاری، پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری مفاهیمی رایج می‌شوند و فناوری در ابعاد مختلف کیفیت، با سرعت، شرایط و شیوه‌های کسب و کار و مدیریت را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. در چنین شرایطی دیگر روند گذشته و یا حتی موقعیت کنونی را نمی‌توان نمای آینده پیش بینی کرد. به منظور توفیق در آینده‌ی پیش‌رو، مدیران سازمان‌ها باید یاد بگیرند که نقش رهبری را ایفا نمایند و کارکنان از خود کنترلی و خود توسعه‌ای برخوردار گردند.

در هزاره سوم نقش فناوری اطلاعات در کسب و کار قطعاً بیش از گذشته خواهد بود و می‌توان پیش بینی کرد که بسیاری از شرایط و موقعیت‌های کسب و کار با تغییر و با دگرگونی شگرف مواجه نماید. در همین چند سالی که از هزاره سوم می‌گذرد شاهد تغییرات بسیاری در جوامع و سازمان‌ها بوده‌ایم. مفاهیمی چون دولت الکترونیک، تجارت الکترونیک، کسب و کار الکترونیک، بانکداری الکترونیک، سازمان‌های مجازی و اینترنت اگرچه نو هستند ولی از نفوذ چشمگیری برخوردار شده‌اند. شرکت‌هایی با سابقه کمتر از دو دهه، امروز در زمره اولین‌های کسب و کار و سودآوری مطرح شده‌اند؛ رشد و توسعه کالا و خدمات در ابعاد مختلف به گونه‌ای است که امکان همگامی با آن عملاً غیرممکن گردیده است.

بحث و بررسی در مورد تمامی جوانب فناوری اطلاعات با توجه به گستردگی مفاهیم و نیز سرعت توسعه آن نیاز به تدوین چندین جلد کتاب دارد و نمی‌توان ادعا کرد که در نوشته حاضر تمامی موارد لحاظ گردیده است. این کتاب با هدف تشریح مفاهیم مطرح در مدیریت استراتژیک و



کاربرد آن تدوین گردیده و دارای رویکردی راهبردی می باشد. این کتاب علاوه بر کاربرد آموزشی در سطوح کارشناسی و کارشناسی ارشد رشته های فناوری اطلاعات، فنی و مهندسی، مدیریت و سایر رشته های مرتبط می تواند مرجع مناسبی برای مدیران، کارشناسان و علاقه مندان به مباحث مدیریتی و فناوری اطلاعات باشد. در پایان از زحمات آقایان محمدرضا نطقی اسکویی، مهدی حاجی عسگری و خانم صابره خلج زاده قدردانی بعمل می آورم. همچنین از سرکارخانم سرلک و آقای صلاحی مدیریت ادیان روز جهت همکاری و برخورد صمیمانه هر دو جهت به نتیجه رسیدن کتاب پیشرو کمال تشکر را دارم.

جهت اظهار نظر در مورد طالب، کتاب و ارائه پیشنهادات و نیز تماس با مؤلف می توانید به پست الکترونیک مراجعه نمایید.

محمدرضا پورصاحبی

poursahebi@gmail.com

۱۱	
۱۲	تعریف استراتژی
۱۲	تعاریف استراتژی
۱۳	استراتژی به عنوان طرح
۱۳	استراتژی به عنوان الگو
۱۴	استراتژی به عنوان موقعیت
۱۴	استراتژی به عنوان نگرش
۱۴	نکات استراتژی
۱۵	جایگاه هدف و سیاست در استراتژی
۱۵	تفاوت بین سیاست و استراتژی
۱۶	عناصر تشکیل دهنده استراتژی
۱۶	وجوه سیاست
۱۷	تعریف مدیریت استراتژیک
۱۷	فرایند طراحی (مراحل) مدیریت استراتژیک
۱۹	اصطلاحات کلیدی در مدیریت استراتژیک
۲۵	برنامه ریزی استراتژیک
۲۵	فرایند برنامه ریزی استراتژیک
۲۷	تفاوت برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک
۲۸	برخی از مزایای برنامه ریزی استراتژیک
۳۳	فرایند مدیریت استراتژیک
۳۴	مزایای مدیریت استراتژیک
۳۶	چهارچوب مفهومی برای تجزیه و تحلیل - (ستارو برای یکسازمان): SWOT
۳۶	مطالعه ی مدیریت استراتژیک



۳۹	مزایای مدیریت استراتژیک
----	-------------------------

۴۳	فصل دوم
----	----------------

۴۴	ماتریس (مدل) خط مشی SWOT آقای هاروارد
----	---------------------------------------

۴۶	جدول چکیده تحلیل عوامل استراتژیک
----	----------------------------------

۴۹	ماتریس ارزیابی و وضعیت و اقدام استراتژیک
----	--

۴۹	عوامل ماتریس SPACE
----	--------------------

۵۵	نرات چرخه حیات
----	----------------

۵۸	تحلیل Portfolio
----	-----------------

۶۰	مزایای روش BCG
----	----------------

۶۱	معایب و نقاط ضعف مدل BCG
----	--------------------------

۶۲	صفحه کسب و کار جنرال الکتریک
----	------------------------------

۶۴	مزایا و محدودیت های پورتفولیو
----	-------------------------------

۶۵	فصل سوم
----	----------------

۶۶	انواع استراتژی ها
----	-------------------

۶۶	استراتژی های یکپارچگی
----	-----------------------

۶۶	یکپارچگی عمودی به بالا (Forward Integration)
----	--

۶۶	یکپارچگی عمودی به پایین
----	-------------------------

۶۶	یکپارچگی افقی
----	---------------

۶۷	استراتژی های متمرکز
----	---------------------

۶۸	استراتژی های تنوع
----	-------------------

۶۹	استراتژی های تدافعی
----	---------------------

۷۱	استراتژی های مبتنی بر ترکیب
----	-----------------------------

۷۲	نقش فناوری اطلاعات در استراتژی های مطرح شده
۷۳	رهنمودهایی برای اجرای انواع استراتژی ها
۷۳	یکپارچگی عمودی به بالا
۷۴	یکپارچگی عمودی به پایین
۷۴	یکپارچگی افقی
۷۵	ریز رخ در بازار
۵۵	توسعه بازار
۷۵	توسعه محصول
۷۶	تنوع همگون
۷۶	تنوع ناهمگون
۷۷	تنوع افقی
۷۷	مشارکت
۷۸	کاهش
۷۹	واگذاری
۷۹	انحلال
۸۰	فناوری اطلاعات

۸۳	فصل چهارم
۸۴	تعریف داده، اطلاعات و دانش
۸۴	داده
۸۴	اطلاعات
۸۴	دانش
۸۵	ارتباط بین داده، اطلاعات و دانش
۸۷	فرایند تبدیل داده به اطلاعات



۸۸	سیستم های اطلاعاتی (IS) Information Systems
۸۸	انواع سیستم های اطلاعات مدیریت
۹۰	اهداف و مزایای سیستم های اطلاعاتی
۹۰	سیستم های اطلاعاتی و سیستم های اطلاعاتی مدیریت
۹۳	عناصر فیزیکی
۹۷	ارتباط سیستم های اطلاعاتی با علوم دیگر
۹۸	رشد به کارگیری سیستم های اطلاعاتی در سازمان
۹۹	سیستم های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات
۱۰۰	مزایا و محدودیت های استفاده از سیستم ها و فناوری های اطلاعاتی در سازمان ها
۱۰۰	مزایای سیستم ها و فناوری های اطلاعاتی
۱۰۱	انواع سیستم های اطلاعات مدیریت (MIS)
۱۰۲	سیستم پردازش تعاملات (TPS)
۱۰۳	انواع پردازش در سیستم ها
۱۰۴	سیستم گزارشات مدیریت MRS
۱۰۵	انواع گزارشات سیستم گزارشات مدیریت
۱۰۵	سیستم پشتیبانی تصمیمات (DSS)
۱۰۶	ساختار DSS
۱۰۸	ویژگی های DSS
۱۰۹	سیستم تصمیم گیری گروهی
۱۱۰	هوش مصنوعی و رفتار هوشمند
۱۱۳	سیستم های مکانیزه اداری
۱۱۳	مزایای اتوماسیون اداری
۱۱۴	مفاهیم مرتبط با اتوماسیون اداری

۱۱۵	سیستم های پشتیبانی مدیران ارشد (اجرایی)
۱۱۶	توانایی های ESS
۱۱۷	انواع گزارشات سیستم گزارشات مدیریت
۱۲۱	سیستم پشتیبانی تصمیمات (DSS)
۱۲۱	سیستم های هوش مصنوعی و سیستم های خبره
۱۲۲	ویژگی های سیستم خبره
۱۲۳	مزایا و معایب سیستم های خبره
۱۲۴	سیستم های مدیریت دانش

فصل پنجم

۱۲۷	تئوری ها و مدل های شرکت های تجاری
۱۲۸	تئوری منبع محور شرکت
۱۲۹	تئوری فعالیت محور شرکت
۱۳۱	ارایش ارزشی شرکت
۱۳۲	رویکرد مایکل پورتر به تحلیل صنعت
۱۳۳	شرکت به عنوان یک زنجیره ی ارزشی
۱۳۸	شرکت به عنوان یک کارگاه ارزشی
۱۴۰	شرکت به عنوان شبکه ی ارزشی
۱۴۱	مقایسه آرایش های ارزشی
۱۴۲	مدل تجاری شرکت
۱۴۴	مدل های e-business
۱۵۰	زیرساخت اجزایی، ارتباطات و مدیریت IT
۱۵۲	مدل های e-business مناسب برای e-strategy ها