



کارگاه مراحل برنامه‌ریزی
استراتژیک

مؤلف و گردآورنده:

حبیب میدانچی

انتشارات میدانچی

زمستان ۱۳۹۳



سوشناسه : میدانچی، حبیبه ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور : کارگاه مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک / مولف و گردآورنده حبیب میدانچی.
مشخصات نشر : تهران : انتشارات میدانچی، ۱۳۹۳.
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۸۹۳-۸-۴ ریاال ۵۵۰۰۰
وضعیت فهرست‌نویسی : فیا
موضوع : برنامه‌ریزی راهبردی
رده‌بندی کنگره : HD۳۰/۲۸/م۹۳۵/ک۲ ۱۳۹۳
رده‌بندی دیوبی : ۶۵۸/۴۰۱۲
شماره کتابشناسی ملی : ۳۷۳۹۳۷۲

کارگاه مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک

مولف و گردآورنده:
حبیب میدانچی

مدیر تولید: حسین کریمی
مدیر اجرایی: مرضیه حیدری
طراح جلد و صفحات داخلی: آتلیه انتشارات میدانچی
حروفچینی و صفحه‌آرایی: انتشارات میدانچی
ارتباطات: عاطفه سوری، عطیه رسولی
قطع: رقعی
نوبت چاپ: اول - زمستان ۱۳۹۳
شمارگان: ۲۰۰ نسخه
بهاء: ۵۵۰۰۰ ریاال
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۸۹۳-۸-۴

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

هرگونه کپی‌برداری و درج مطالب این کتاب در منابع دیگر منوط به اجازه کتبی ناشر بوده و طبق قوانین حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

دفتر مرکزی: تهران، سپهرودی شمالی،
کوی متحیری، پلاک ۶۰، طبقه ۳، واحد ۱۲

بایگاه اینترنتی
WWW.MEIDANCHI.IR

تلفن: ۵۰ ۵۱۵۱ ۸۸

از مراکز پخش کتاب و کتابفروشی‌های تهران و شهرستان‌ها خواهشمندیم جهت دریافت امتیاز پخش کتاب‌های انتشارات میدانچی فقط با تلفن ۸۸۵۱۵۱۵۰ تماس حاصل نمایند.

فهرست مطالب

۶.....	مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک
۷.....	۱-۱- مرحله اول: اتفاق نظر برای تلاش در جهت برنامه‌ریزی استراتژیک
۷.....	۱-۱-۱- زمینه‌های اتفاق نظر
۸.....	۱-۱-۲- چرا باید پیش از شروع برنامه‌ریزی به توافق برسیم؟
۱۰.....	۱-۱-۳- تدوین توافق مقدماتی
۱۲.....	۱-۱-۴- توافق چه محتوایی باید داشته باشد
۱۳.....	۱-۱-۵- چگونه کار را آغاز کنیم؟
۱۳.....	۱-۱-۶- رهنمودهایی برای تسهیل و اثربخش‌تر کردن توافقات اولیه
۱۵.....	۱-۲- مرحله دوم: بررسی، تشخیص و تعیین تعهدات و تکالیف
۱۶.....	۱-۲-۱- فواید و رهنمودهای اجرای این مرحله
۱۷.....	۱-۳- مرحله سوم: تبیین، تدوین و تنظیم رسالت و مأموریت سازمان
۱۸.....	۱-۳-۱- تحلیل ذینفعان
۱۸.....	۱-۳-۲- محورهای مأموریت سازمان
۲۲.....	۱-۳-۳- فواید تدوین بیانیه مأموریت
۲۷.....	۱-۴-۳- چشم‌انداز
۲۷.....	۱-۴-۴- مرحله چهارم: ارزیابی محیط بیرونی
۳۰.....	۱-۴-۱- محیط تخصصی (خرد)
۳۵.....	۱-۴-۲- محیط عمومی (کلان)
۳۹.....	۱-۴-۳- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی
۴۶.....	۱-۴-۴- روش تحلیل پروفایل رقابتی (CPM)
۴۷.....	۱-۵- مرحله پنجم: ارزیابی محیط درونی
۴۸.....	۱-۵-۱- نگرش منبع محور
۵۱.....	۱-۵-۲- بررسی عوامل داخلی با رویکرد وظیفه‌ای
۵۹.....	۱-۵-۳- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی
۶۵.....	۱-۵-۴- فواید تحلیل SWOT
۶۶.....	۱-۶- مرحله ششم: تشخیص و تبیین مسائل استراتژیک و استراتژی‌ها مربوط به آنها
۶۸.....	۱-۶-۱- استراتژی‌های سطح کل سازمان / شرکت
۶۹.....	۱-۶-۱-۱- استراتژی‌های هدایتی
۷۸.....	۱-۶-۱-۲- استراتژی‌های پرتفولیو (تجزیه و تحلیل پرتفولیو)

- ۶-۱-۳- استراتژی‌های سرپرستی ۷۸
- ۶-۲- استراتژی‌های سطح کسب و کار ۸۰
- ۶-۱-۲- استراتژی‌های توسعه ۸۱
- ۶-۲-۲- استراتژی‌های رقابتی ۸۱
- ۶-۲-۳- استراتژی‌های مشارکتی ۸۳
- ۶-۲-۴- ائتلاف استراتژیک ۸۳
- ۶-۳- استراتژی‌های سطح وظیفه‌ای ۸۵
- ۶-۱-۳- استراتژی‌های بازاریابی ۸۶
- ۶-۳-۲- استراتژی‌های مالی ۸۷
- ۶-۳-۳- استراتژی‌های تحقیق و توسعه ۸۸
- ۶-۴- استراتژی‌های تولید و عملیات ۸۹
- ۶-۳-۵- استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی ۹۰
- ۶-۳-۶- استراتژی‌های سیستم‌های اطلاعاتی ۹۱
- ۶-۴- تجزیه و تحلیل سوات ۹۱
- ۶-۵- تجزیه و تحلیل داخلی و خارجی ۹۵
- ۶-۶- شناسایی استراتژی‌های ممکن ۹۸
- ۷-۱- مرحله هفتم: بهیابی استراتژی‌ها ۱۰۲
- ۷-۱-۱- ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی ۱۰۳
- ۸-۱- مرحله هشتم: تشریح و توصیف موقعیت آتی سازمان ۱۰۹
- ۹-۱- مرحله نهم: طرح‌ریزی برای اجرا و ارزیابی ۱۰۹
- ۱۰-۱- نگاهی اجمالی به مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک ۱۱۰