

فهرست مطالب

- مقدمه: تجزیه و تحلیل موردی ۱
- تجزیه و تحلیل موردی در سیاست‌های بازرگانی ۲
- رهنمودهایی برای تهیه یک تجزیه و تحلیل موردی ۳
- نیاز به عمل ۳
- نیاز به توجیه ۳
- نیاز به واقعیت ۴
- نیاز به دقیق بودن ۴
- نیاز به اصالت ۵
- نیاز به مشارکت ۵
- تهیه یک مورد برای بحث در کلاس ۶
- مقایسه روش موردی با سخنرانی ۶
- دیدگاه‌های مخالف ۷
- تهیه یک مورد به صورت کتبی ۷
- خلاصه عملیات اجرایی ۸
- تجزیه و تحلیل موردی جامع به صورت کتبی ۹
- مراحلی که در تجزیه و تحلیل موردی جامع و کتبی باید انجام داد ۹
- ارائه یک مورد به صورت شفاهی ۱۰
- تنظیم مطالب به هنگام ارائه یک مورد ۱۰
- کنترل آهنگ صدا ۱۱
- استفاده از زبان اندام ۱۱
- باید با مراجعه به یادداشت‌ها صحبت کرد ۱۲
- تنظیم دستگاه‌های نمایش ۱۲
- پاسخ دادن به پرسش‌ها ۱۲
- پنجاه رهنمود برای موفقیت در تجزیه و تحلیل موردی ۱۳

● بخش اول: مدیریت استراتژیک - یک تصویر کلی

۱۹	فصل اول: ماهیت مدیریت استراتژیک
۲۴	مدیریت استراتژیک چیست؟
۲۴	تعریف مدیریت استراتژیک
۲۴	مراحل مدیریت استراتژیک
۲۸	ترکیب قضاوت شهودی و تجزیه و تحلیل‌های علمی
۳۰	سازگاری با تغییرات
۳۱	اصطلاحات کلیدی در مدیریت استراتژیک
۳۱	استراتژیست‌ها
۳۴	بیانیه‌های مأموریت
۳۵	فرصت‌ها و تهدیدات خارجی
۳۶	نقاط قوت و ضعف داخلی
۳۷	هدف‌های بلندمدت
۳۸	استراتژی‌ها
۳۸	هدف‌های سالانه
۴۰	سیاست‌ها
۴۲	الگوی مدیریت استراتژیک
۴۵	مزایای مدیریت استراتژیک
۵۰	منافع مالی
۵۱	منافع غیرمالی
۵۳	اصول اخلاقی و مدیریت استراتژیک
۶۳	مقایسه استراتژی‌ها در سازمان‌های تجاری و نظامی
۶۵	نتیجه
۶۶	پرسش
۶۸	یادداشت‌ها
۶۹	مورد جامع و تمرین‌های تجربی
۷۱	مورد جامع: شرکت مواد غذایی هرشی - ۱۹۹۸
۷۲	تاریخچه

۷۵	شکلات‌های هرشی در امریکای شمالی
۷۶	هرشی در سطح بین‌الملل
۷۷	مواد غذایی آماده طبخ و خواربار
۸۰	عملیات هرشی
۸۶	مسائل جهانی
۸۹	شرکت‌های رقیب
۹۲	نتیجه
۹۴	تمرین‌های تجربی
۹۴	تجزیه و تحلیل استراتژی‌ها برای شرکت مواد غذایی هرشی
۹۴	ارائه کدهای اخلاقی برای شرکت غذایی هرشی
۹۶	رعایت اصول اخلاقی و جاسوسی در شرکت‌های رقیب
۹۸	برنامه‌ریزی استراتژیک برای دانشگاه
۹۹	برنامه‌ریزی استراتژیک در یک شرکت محلی

فصل دوم: استراتژی‌ها در عمل ۱۰۱

۱۰۲	انواع استراتژی‌ها
۱۰۴	استراتژی‌های یکپارچگی
۱۰۴	یکپارچگی عمودی به بالا
۱۰۷	یکپارچگی عمودی به پایین
۱۰۹	یکپارچگی افقی
۱۱۰	استراتژی‌های متمرکز
۱۱۰	رسوخ در بازار
۱۱۰	توسعه بازار
۱۱۲	توسعه محصول
۱۱۴	استراتژی‌های تنوع
۱۱۵	تنوع همگون
۱۱۶	تنوع افقی
۱۱۷	تنوع ناهمگون
۱۱۸	استراتژی‌های تدافعی

۱۱۸ مشارکت
۱۲۰ کاهش
۱۲۳ واگذاری
۱۲۳ انحلال
۱۲۳ ترکیب
۱۲۴ رهنمودهایی برای اجرای استراتژی‌ها
۱۳۱ ادغام‌ها و خریدهای استقراضی
۱۳۵ خریدهای استقراضی
۱۳۶ استراتژی‌های عمومی (ژنریک) مایکل پورتر
۱۳۷ استراتژی‌های رهبری هزینه‌ها
۱۳۸ استراتژی‌های تمایز
۱۴۰ استراتژی‌های منمرکز
۱۴۱ زنجیره ارزش
۱۴۱ مزیت رقابتی کشورها
۱۴۳ مدیریت استراتژیک در سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی
۱۴۴ مؤسسات آموزشی
۱۴۵ سازمان‌های پزشکی
۱۴۸ واحدها و سازمان‌های دولتی
۱۴۹ مدیریت استراتژیک در شرکت‌های کوچک
۱۵۰ نتیجه
۱۵۱ پرسش
۱۵۲ یادداشت‌ها
۱۵۳ تمرین‌های تجربی
۱۵۳ برای صنایع غذایی هرشی در ۱۹۹۸ چه اتفاقی افتاد؟
۱۵۴ بررسی مقاله‌هایی در زمینه استراتژی‌ها
۱۵۵ طبقه‌بندی استراتژی‌ها در ۱۹۹۸
۱۵۷ مدیریت استراتژیک در شرکت رایانه دینامیک
۱۶۱ استراتژی‌های گوناگون تا چه اندازه مخاطره‌آمیزند؟
۱۶۲ ارائه استراتژی‌ها برای دانشگاه

● بخش دوم: تدوین استراتژی

۱۶۷	فصل سوم: مأموریت سازمان
۱۶۸	کار یا فعالیت ما چیست؟
۱۷۲	اهمیت مأموریت سازمان
۱۷۳	مقایسه چشم‌اندازهای سازمان با مأموریت سازمان
۱۷۴	فرایند تعیین مأموریت سازمان
۱۷۸	ماهیت مأموریت سازمان
۱۷۸	بیان نگرش
۱۸۳	به هم نزدیک کردن دیدگاه‌های مخالف
۱۸۵	توجه به مشتری
۱۸۶	اعلان سیاست اجتماعی
۱۸۹	اجزای تشکیل‌دهنده مأموریت سازمان
۱۹۲	تهیه و ارزیابی مأموریت سازمان
۲۰۰	نتیجه
۲۰۱	پرسش
۲۰۲	یادداشت‌ها
۲۰۳	تمرین‌های تجربی
۲۰۷	نوشتن مأموریت سازمانی برای شرکت مواد غذایی هرشی
۲۰۸	نوشتن مأموریت سازمانی برای دانشگاه محل تحصیل
۲۰۸	تحقیق در مورد مأموریت سازمانی
۲۰۹	آیا مأموریت سازمان چیز مبهمی است؟
۲۱۱	فصل چهارم: بررسی عوامل خارجی
۲۱۲	ماهیت بررسی عوامل خارجی
۲۱۴	نیروهای خارجی
۲۱۶	فرایند بررسی عوامل خارجی
۲۱۸	فن‌آوری اطلاعات
۲۲۱	نیروهای اقتصادی

۲۲۵	نیروهای اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناسی و محیطی
۲۳۰	نیروهای سیاسی، دولتی و قانونی
۲۳۷	نیروهای فن‌آوری
۲۴۰	نیروهای رقابتی
۲۴۳	برنامه‌هایی برای کسب اطلاعات محرمانه از شرکت رقیب
۲۴۷	همکاری بین شرکت‌های رقیب
۲۴۹	منابع اطلاعات خارجی
۲۵۰	شاخص
۲۵۲	شبکه اینترنت
۲۵۶	ابزارها و روش‌های پیش‌بینی
۲۵۹	در نظر گرفتن مفروضات
۲۵۹	تجزیه و تحلیل رقابت: الگوی مبتنی بر پنج نیروی پورتر
۲۶۰	هم‌چشمی بین شرکت‌های رقیب
۲۶۲	توان بالقوه برای ورود رقبای جدید
۲۶۳	توان بالقوه برای توسعه محصولات جایگزین
۲۶۳	توان عرضه‌کنندگان مواد اولیه در چانه زدن
۲۶۴	توان مصرف‌کنندگان در چانه زدن
۲۶۵	تجزیه و تحلیل صنعت: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)
۲۶۷	ماتریس بررسی رقابت (CPM)
۲۶۹	نتیجه
۲۷۰	پرسش
۲۷۲	یادداشت‌ها
۲۷۳	تمرین‌های تجربی
۲۷۳	تهیه ماتریس ارزیابی عوامل خارجی برای شرکت مواد غذایی هرشی
۲۷۴	تحقیق کتابخانه‌ای
۲۷۵	تهیه ماتریس ارزیابی عوامل خارجی برای دانشگاه محل تحصیل
۲۷۵	تهیه ماتریس بررسی رقابت برای شرکت مواد غذایی هرشی
۲۷۶	تهیه ماتریس بررسی رقابت برای دانشگاه محل تحصیل

۲۷۹	فصل پنجم: بررسی عوامل داخلی
۲۸۰	ماهیت بررسی عوامل داخلی
۲۸۰	نیروهای اصلی داخلی
۲۸۳	فرایند بررسی داخلی سازمان
۲۸۴	رابطه بین واحدهای وظیفه‌ای سازمان
۲۸۶	یکپارچگی استراتژی و فرهنگ
۲۹۲	فعالیت‌هایی در جهت حفظ محیط طبیعی
۲۹۳	مدیریت
۲۹۳	برنامه‌ریزی
۲۹۷	سازماندهی
۲۹۸	ایجاد انگیزه
۳۰۰	تأمین نیروی انسانی
۳۰۴	اعمال کنترل
۳۰۵	بازاریابی
۳۰۵	شناسایی نیازهای مشتری
۳۰۵	خرید مواد
۳۰۶	فروش محصولات یا خدمات
۳۰۷	برنامه‌ریزی محصولات و خدمات
۳۰۸	قیمت‌گذاری
۳۰۹	توزیع
۳۱۰	تحقیقات بازاریابی
۳۱۱	تجزیه و تحلیل موقعیت
۳۱۲	مسئولیت اجتماعی از دیدگاه ابوانزو برگمن
۳۱۳	مالی / حسابداری
۳۱۳	وظایف مالی / حسابداری
۳۱۵	انواع نسبت‌های مالی
۳۲۱	تولید / عملیات
۳۲۴	تحقیق و توسعه
۳۲۹	تحقیق و توسعه در داخل و خارج از سازمان

۳۳۰	سیستم اطلاعات رایانه‌ای
۳۳۳	نرم‌افزارهایی برای برنامه‌ریزی‌های استراتژیک
۳۳۵	فهرستی از پرسش‌های مربوط به بررسی عوامل داخلی
۳۳۸	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)
۳۴۰	نتیجه
۳۴۱	پرسش
۳۴۳	یادداشت‌ها
۳۴۴	تمرین‌های تجربی
۳۴۴	تهیه تجزیه و تحلیل نسبت‌های مالی برای شرکت مواد غذایی هرشی
۳۴۵	تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی برای شرکت مواد غذایی هرشی
۳۴۶	تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی برای دانشگاه محل تحصیل
۳۴۷	فصل ششم: بررسی و انتخاب استراتژی
۳۴۸	ماهیت بررسی و انتخاب استراتژی
۳۵۰	فرایند ارائه و انتخاب استراتژی‌ها
۳۵۱	هدف‌های بلندمدت
۳۵۱	ماهیت هدف‌های بلندمدت
۳۵۴	مدیریت غیرمبتنی بر هدف
۳۵۶	چارچوبی جامع برای تدوین استراتژی
۳۵۸	مرحله ورودی
۳۵۸	مرحله مقایسه
۳۶۰	ماتریس تهدیدات / فرصت‌ها، نقاط قوت و نقاط ضعف (TOWS)
۳۶۶	ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPACE)
۳۷۴	ماتریس گروه مشاوران بیسن (BCG)
۳۷۸	ماتریس داخلی و خارجی (IE)
۳۸۲	ماتریس استراتژی اصلی
۳۸۵	مرحله تصمیم‌گیری
۳۸۵	ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (OSPM)
۳۹۲	نقاط قوت و ضعف ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی

۳۹۳	جنبه‌های فرهنگی به هنگام انتخاب استراتژی	۳۹۳
۳۹۵	جنبه‌های سیاسی به هنگام انتخاب استراتژی	۳۹۵
۳۹۹	نقش هیأت مدیره	۳۹۹
۴۰۵	نتیجه	۴۰۵
۴۰۶	پرسش	۴۰۶
۴۰۷	یادداشت‌ها	۴۰۷
۴۰۸	تمرین‌های تجربی	۴۰۸
	تهیه ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط قوت و	
۴۰۸	نقاط ضعف (TOWS) برای شرکت مواد غذایی هرشی	۴۰۸
	تهیه ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPACE)	
۴۰۹	برای شرکت مواد غذایی هرشی	۴۰۹
۴۱۰	تهیه ماتریس گروه مشاوران بُستن (BCG) برای شرکت مواد غذایی هرشی	۴۱۰
	تهیه ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) برای شرکت	
۴۱۱	مواد غذایی هرشی	۴۱۱
۴۱۱	تدوین استراتژی‌های فردی	۴۱۱
۴۱۲	آزمون ماکیاولی	۴۱۲
۴۱۶	تهیه ماتریس گروه مشاوران بُستن (BCG) برای دانشگاه محل تحصیل	۴۱۶
۴۱۷	نقش هیأت مدیره	۴۱۷
۴۱۸	تعیین جایگاه شرکت در ماتریس استراتژی اصلی	۴۱۸
۴۲۱	● بخش سوم: اجرای استراتژی	۴۲۱
۴۲۳	فصل هفتم: اجرای استراتژی - مسائل مدیریت	۴۲۳
۴۲۴	ماهیت اجرای استراتژی	۴۲۴
۴۲۶	دیدگاه‌های مدیریت	۴۲۶
۴۲۸	هدف‌های سالانه	۴۲۸
۴۳۳	سیاست‌ها	۴۳۳
۴۳۷	تخصیص منابع	۴۳۷

۴۳۹	مدیریت تعارض
۴۴۰	تطبیق دادن ساختار با استراتژی
۴۴۳	ساختار وظیفه‌ای
۴۴۳	ساختار بخشی
۴۴۸	ساختار مبتنی بر واحد تجاری استراتژیک
۴۴۹	ساختار ماتریسی
۴۵۰	تجدید ساختار و مهندسی مجدد
۴۵۲	تجدید ساختار
۴۵۳	مهندسی مجدد
۴۵۴	مرتبط ساختن حقوق و عملکرد با استراتژی
۴۶۰	مدیریت مقاومت در مقابل تغییر
۴۶۴	مدیریت محیط طبیعی
۴۶۶	ایجاد فرهنگ پشتیبانی از استراتژی
۴۷۰	توجه به تولید / عملیات به هنگام اجرای استراتژی
۴۷۳	توجه به منابع انسانی به هنگام اجرای استراتژی
۴۷۶	برنامه‌های مالک نمودن کارکنان در سهام شرکت‌ها
۴۷۹	ایجاد تعادل بین زندگی کاری و خانوادگی
۴۸۳	دایر کردن مراکز ورزشی در شرکت‌ها
۴۸۴	نتیجه
۴۸۴	پرسش
۴۸۶	یادداشت‌ها
۴۸۷	تمرین‌های تجربی
۴۸۷	تجدید نظر در نمودار سازمانی شرکت مواد غذایی هرشی
۴۸۷	مناسب ساختن مدیران با استراتژی
۴۹۰	آیا در واقع سازمان‌ها هدف‌های بلندمدت را تعیین می‌کنند؟
۴۹۱	درک فرهنگ حاکم بر دانشگاه محل تحصیل

فصل هشتم: اجرای استراتژی - مسائلی در زمینه بازاریابی،

۴۹۳	امور مالی / حسابداری، تحقیق و توسعه و سیستم اطلاعات رایانه
۴۹۵	ماهیت اجرای استراتژی

۴۹۵	مسائلی در زمینه بازاریابی	۲۵۵
۴۹۷	بخش بندی بازار	۲۵۷
۵۰۳	تعیین جایگاه محصول	۲۵۹
۵۰۶	مسائلی در زمینه امور مالی / حسابداری	۲۶۱
۵۰۷	تهیه سرمایه برای اجرای استراتژی	۲۶۳
۵۱۲	صورت های مالی پیش بینی شده	۲۶۸
۵۱۴	بودجه مالی	۲۷۰
۵۱۶	تعیین ارزش ویژه یک شرکت	۲۷۲
۵۱۹	تصمیم گیری برای عرضه به عموم	۲۷۵
۵۲۰	مسائلی در زمینه تحقیق و توسعه	۲۷۶
۵۲۷	مسائلی در زمینه سیستم اطلاعات رایانه	۲۸۳
۵۳۱	نتیجه	۲۸۵
۵۳۲	پرمش	۲۸۶
۵۳۳	یادداشت ها	۲۸۷
۵۳۴	تمرین های تجربی	۲۸۸
۵۳۴	تهیه نمودار جایگاه محصول برای شرکت مواد غذایی هرشی محاسبه نسبت سود هر سهم به سود قبل از بهره و مالیات (EPS / EBIT)	۲۸۹
۵۳۵	برای شرکت مواد غذایی هرشی	۲۹۰
۵۳۶	تهیه صورت های مالی پیش بینی شده برای شرکت مواد غذایی هرشی	۲۹۱
۵۳۷	محاسبه ارزش نقدی شرکت مواد غذایی هرشی	۲۹۲
۵۳۷	تهیه نمودار جایگاه محصول برای دانشگاه محل تحصیل	۲۹۳
۵۳۸	آیا بانک ها هم باید صورت های مالی پیش بینی شده تهیه کنند؟	۲۹۴

بخش چهارم: ارزیابی استراتژی

۵۴۱	فصل نهم: بررسی، ارزیابی و کنترل استراتژی	۳۰۱
۵۴۲	ماهیت ارزیابی استراتژی	۳۰۲
۵۵۰	فرایند ارزیابی استراتژی	۳۰۹

۵۵۲	چارچوبی برای ارزیابی استراتژی
۵۵۲	بررسی مبانی استراتژی
۵۵۶	محاسبه عملکرد سازمان
۵۵۸	اقدامات اصلاحی
۵۶۴	منابع عرضه اطلاعات درباره ارزیابی استراتژی
۵۶۶	ویژگی‌های سیستم ارزیابی اثربخش
۵۶۹	برنامه‌ریزی اقتضایی
۵۷۲	حسابرسی
۵۷۳	حسابرسی محیطی
۵۷۶	استفاده از رایانه برای ارزیابی استراتژی
۵۷۷	رهنمودهایی برای مدیریت استراتژیک اثربخش
۵۸۲	نتیجه
۵۸۳	پرمش
۵۸۵	یادداشت‌ها
۵۸۶	تمرین‌های تجربی
۵۸۶	تهیه گزارشی در مورد ارزیابی استراتژی برای شرکت هرشی
۵۸۷	ارزیابی استراتژی‌های دانشگاه محل تحصیل
۵۸۸	چه کسی حسابرسی محیطی را تهیه می‌کند؟

● بخش پنجم: مسائل جهانی در مدیریت استراتژیک

۵۹۱	فصل دهم: مدیریت استراتژیک بین‌المللی
۵۹۲	ماهیت رقابت جهانی
۵۹۶	نقاط قوت و ضعف فعالیت‌های جهانی
۵۹۸	فرهنگ‌ها در دنیا
۵۹۹	تفاوت فرهنگ امریکایی و خارجی
۶۰۴	چالش جهانی
۶۰۸	اثر سیاست‌های صنعتی

- ۶۱۰ جهانی شدن
 ۶۱۳ مکزیک
 ۶۱۳ اوضاع سیاسی
 ۶۱۵ مرزهای مکزیک و ایالات متحده امریکا
 ۶۱۶ فرهنگ
 ۶۱۸ فرصت‌های جدید
 ۶۲۰ روسیه
 ۶۲۰ فساد
 ۶۲۲ فرهنگ روسی
 ۶۲۴ تجارت
 ۶۲۵ صنایع کوچک
 ۶۲۷ پول
 ۶۲۷ مشارکت
 ۶۲۸ رهنمودهایی برای اقدامات استراتژیک در روسیه
 ۶۳۰ چین
 ۶۳۰ بوم‌شناسی
 ۶۳۱ اوضاع سیاسی
 ۶۳۳ فرصت‌ها
 ۶۳۶ خطرهای ناشی از تجارت در چین
 ۶۳۸ استراتژی
 ۶۳۹ ژاپن
 ۶۴۱ روند تجارت
 ۶۴۲ جو حاکم بر تجارت
 ۶۴۶ شیوه مدیریت ژاپنی‌ها
 ۶۴۷ گسترش در سطح جهانی
 ۶۴۹ استخدام مادام‌العمر
 ۶۵۱ اروپای متحد
 ۶۵۲ اروپای متحد و یورو
 ۶۵۴ ادغام‌ها و خرید شرکت‌ها (به وسیله شرکت‌های دیگر)
 ۶۵۶ رهنمودهایی برای موفقیت در صحنه رقابت جهانی

۶۵۹ نتیجه	۲۱۹
۶۶۰ پرشش	۲۱۹
۶۶۱ یادداشت‌ها	۲۱۹
۶۶۲ تمرین‌های تجربی	۲۱۹
	تعیین محیط رقابتی برای محصولات شرکت مواد غذایی هرشی	۲۱۹
۶۶۲ در کشورهای دیگر	۲۱۹
	تعیین نوع فعالیت‌هایی که دانشگاه محل تحصیل من باید برای جذب	۲۱۹
۶۶۳ دانشجویان از کشورهای خارجی بکند	۲۱۹
۶۶۴ درس‌هایی برای تجارت در سطح جهانی	۲۱۹
۶۶۵ واژه‌نامه انگلیسی - فارسی	۲۱۹
۶۶۹ واژه‌نامه فارسی - انگلیسی	۲۱۹
۶۷۳ نمایه	۲۱۹