



برنامۀ ایزودانا
(کاربرگ طرح درس)

تاریخ به روز رسانی: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵

نیمسال اول/دوم سال تحصیلی:

دانشکده... اقتصاد، مدیریت و علوم اداری

نام درس		فارسی: مدیریت استراتژیک پیشرفته		تعداد واحد: نظری ۲ واحد عملی...		مقطع: کارشناسی □ کارشناسی ارشد □ دکتری □	
		Advanced Strategic management		پیش نیازها و هم نیازها: مدیریت استراتژیک			
مدرس/مدرسین: سید عباس ابراهیمی		شماره تلفن اتاق: ۰۲۳۳۱۵۳۳۵۶۶					
پست الکترونیکی: a.ebrahimi@semnan.ac.ir		منزلگاه اینترنتی:					
برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس:							
اهداف درس: آشنا ساختن دانشجویان با مفاهیم مدیریت استراتژیک، تجزیه و تحلیل محیط درونی و بیرونی شرکتها، تدوین استراتژی، پیاده سازی استراتژی و نظارت و کنترل استراتژی های شرکت و کسب و کارها							
امکانات آموزشی مورد نیاز: کلاس درس، ویدئو پروژکتور							
نحوه ارزشیابی		فعالیت های کلاسی و آموزشی		ارزشیابی مستمر (کوئیز)		امتحان میان ترم	
درصد نمره		۲۰ درصد				۲۰	
						امتحان پایان ترم	
						۶۰ درصد	
منابع و مآخذ درس		<p>مبانی مدیریت استراتژیک، دیوید هانگر، تامس ویلن (ترجمه دکتر اعرابی، ایزدی) انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی</p> <p>مدیریت استراتژیک، فرد آر دیوید (ترجمه دکتر اعرابی، دکتر پارسائیان)، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی</p> <p>مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک، دکتر سید حمید خداداد حسینی، شهریار عزیزی، نشر صفار</p> <p>جاری سازی استراتژی، مجتبی لشکر بلوکی، انتشارات آریانا قلم</p> <p>جنگل استراتژی، هنری مینتزرگ (ترجمه دکتر احمدپورداریانی)، ناشر جاجرمی</p> <p>استراتژی اقیانوس آبی، چان کیم و مابورنیا (ترجمه علیرضا پور ممتاز)، انتشارات آریانا</p>					

بودجه بندی درس

شماره هفته آموزشی	مبحث	توضیحات
۱	مرور مقدمات مدیریت استراتژیک تعریف استراتژی، مدیریت استراتژیک رویکردهای سنتی و نوین به مدیریت استراتژی تفاوت نگاههای نوین و سنتی در برنامه ریزی استراتژیک	
۲	تفکر استراتژیک عوامل موثر در تفکر استراتژیک سطوح تفکر استراتژیک ابزارهای تفکر استراتژیک مزیت رقابتی صلاحیت های متمایز	
۳	آشنایی با مکاتب برنامه ریزی استراتژیک استراتژی اقیانوس آبی در مقابل استراتژی اقیانوس سرخ	

	پارادایم های تجویزی و توصیفی در تدوین استراتژی	
۴	تشریح مراحل مدل عقلایی مدیریت استراتژی مرور مباحث حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی شرکتها تعریف حاکمیت شرکتی و حکمرانی سازمانی نقش هیات مدیره، مدیر عامل و مدیران ارشد سازمان تعریف مسئولیت اجتماعی شرکتها مرور دیدگاههای موجود در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکتها	
۵	آشنایی با سند چشم انداز سازمان ماموریت سازمان بیانیه رسالت سازمان ارزشهای کلیدی سازمان	
۶	طراحی و تدوین عملیاتی ماتریس های مربوط به ارزیابی محیط داخلی شرکت (IFE) بررسی متغیر تولید در شرکتها و تدوین شاخص های مربوطه برای شناسایی نقاط قوت و ضعف بررسی متغیر مالی در شرکتها و تدوین شاخص های مربوطه برای شناسایی نقاط قوت و ضعف بررسی متغیر منابع انسانی در شرکتها و تدوین شاخص های مربوطه برای شناسایی نقاط قوت و ضعف بررسی متغیر تکنولوژی در شرکتها و تدوین شاخص های مربوطه برای شناسایی نقاط قوت و ضعف بررسی متغیر بازاریابی در شرکتها و تدوین شاخص های مربوطه برای شناسایی نقاط قوت و ضعف بررسی متغیر تحقیق و توسعه در شرکتها و تدوین شاخص های مربوطه برای شناسایی نقاط قوت و ضعف	
۷	مرور نظریه های مربوط به تعامل سازمان با محیط مرور الگوهای تجزیه و تحلیل محیط کلان و وظیفه ای شرکت مرور الگوی PESTEL مرور الگوی نیروهای رقابتی پورتر	
۸	طراحی و تدوین عملیاتی ماتریس های مربوط به ارزیابی محیط خارجی شرکت (EFE) بررسی متغیر کلان اقتصادی و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت بررسی متغیر کلان سیاسی و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت بررسی متغیر کلان اجتماعی و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت بررسی متغیر کلان تکنولوژیک و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت بررسی متغیر کلان محیطی و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت بررسی متغیر کلان قانونی و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت	
۹	طراحی و تدوین عملیاتی ماتریس های مربوط به نیروهای پنج گانه مایکل پورتر بررسی متغیر وضعیت رقابتی بالقوه و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت بررسی متغیر کالای جانشین و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت بررسی متغیر قدرت چانه زنی خریداران و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت بررسی متغیر قدرت چانه زنی عرضه کنندگان و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت بررسی متغیر شدت رقابت موجود در صنعت و تدوین شاخص های مربوطه به منظور شناسایی تهدیدات و فرصت های پیش روی شرکت	
۱۰	مرور رویکردهای تدوین استراتژی تدوین ماتریس جهت گیری کلان استراتژیک شرکت (IE) دسته بندی انواع استراتژی ها در سطح وظیفه ای، کسب و کار و شرکت	
۱۱	تدوین ماتریس ارزیابی رقابت (CPM) تدوین ماتریس SWOT	

	<p>رویکردهای مهم در انتخاب استراتژی بهینه عوامل موثر بر انتخاب استراتژی بهینه تجزیه و تحلیل عوامل کلیدی موفقیت تدوین ماتریس QSPM</p>	۱۲
	<p>اجرای و پیاده سازی استراتژی عوامل موثر بر اجرای موفق استراتژی های سازمان رویکردهای مختلف به اجرا و پیاده سازی استراتژی جاری سازی استراتژی</p>	۱۳
	<p>نظارت و کنترل استراتژی کنترل استراتژیک و مدیریت عملکرد انواع کنترل و نظارت استراتژی</p>	۱۴
	<p>ارائه مطالعات موردی در خصوص تدوین استراتژی در شرکتهای مختلف تولیدی در داخل کشور و نقد و بررسی آن</p>	۱۵
	<p>ارائه مطالعات موردی در خصوص تدوین استراتژی در شرکتهای مختلف تولیدی در داخل کشور و نقد و بررسی آن</p>	۱۶