



KIAN BUSINESS ACADEMY



STRATEGIC MANAGEMENT

طرح دوره

دوره جامع مدیریت استراتژیک

Course Plan

STRATEGIC MANAGEMENT

Course instructor : Dr. Mohammad Mazrouei



به نام دادار نیکی و مهر افزاینده

آکادمی کسب و کار کیان



KIAN BUSINESS ACADEMY

طرح دوره

مدیریت استراتژیک



مشخصات کلی دوره

نام دوره: جامع مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک

مقطع: عالی (کارشناسی ارشد-دکتری)

ساختار دوره: تحلیلی، کاربردی

سطح آموزش: تخصصی و فوق تخصصی

مدت زمان ارائه دوره: ۱ ترم (۴ ماه ۶۵ ساعت)

پیش نیاز: دروس عمومی مدیریت

مدرس: دکتر محمد مزروعی

تلفن: ۰۹۰۲۲۷۲۲۹۰۲

ایمیل: m.mazrouei.co@gmail.com

مخاطبین دوره

- ۱- **مدیران ارشد و مدیران عالی**: مدیران ارشد و مدیران اجرایی در سازمان‌ها که به تدوین و اجرای استراتژی‌های سازمانی مسئولیت دارند. این دوره برای آنها اهمیت بسیاری دارد تا بتوانند استراتژی‌های موثر و پایداری برای سازمان تعیین کنند.
- ۲- **تیم‌های مدیریتی**: اعضای تیم‌های مدیریتی و کارکنان سازمان که در تصمیم‌گیری‌ها و اجرای استراتژی‌ها نقش دارند. این دوره به آنها کمک می‌کند تا بهترین روش‌ها و تکنیک‌ها را برای مدیریت استراتژیک بیاموزند.
- ۳- **مشاوران و مدرسان مدیریت**: افرادی که به عنوان مشاور یا مدرس در زمینه مدیریت فعالیت می‌کنند و می‌خواهند مهارت‌های برنامه‌ریزی استراتژیک خود را بهبود بخشند تا به مشتریان یا دانشجویان خود خدمات بهتری ارائه دهند.
- ۴- **کارآفرینان و مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط**: افرادی که کسب‌وکارهای خود را اداره می‌کنند و نیاز به توسعه و اجرای استراتژی‌های کسب‌وکاری دارند.
- ۵- **دانشجویان و دانش‌آموختگان مدیریت**: افرادی که در دوره‌های تحصیلی مرتبط با مدیریت تحصیل می‌کنند یا در جستجوی آموزش‌های تخصصی در زمینه مدیریت هستند.
- ۶- **علاقه‌مندان به موضوع**: افرادی که به عنوان علاقه‌مندان به مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک بدون توجه به نقش یا وضعیت سازمانی خود، می‌خواهند مفاهیم اساسی و تکنیک‌های برنامه‌ریزی استراتژیک را یاد بگیرند. از آنجایی که دوره مدیریت برنامه‌ریزی استراتژیک مفاهیم و ابزارهای اساسی را پوشش می‌دهد، مخاطبین متناسب با نیازهایشان می‌توانند از این دوره بهره‌برداری کنند.

KIAN BUSINESS ACADEMY

نتایج مهم این دوره

- استفاده مستقیم از استراتژی در واقعیت کسب و کار شما برای کمک به ترسیم مسیر پیش رو و حرکت‌های بعدی شما
- یک طرز فکر نوآورانه ایجاد کنید که به شما کمک می‌کند در دنیایی که به سرعت در حال تغییر است از بازی جلوتر بمانید
- استراتژی‌هایی ایجاد کنید که به شما کمک می‌کند از رقبا متمایز شوید و بازارهای جدیدی را به دست آورید
- از تجزیه و تحلیل روند برای به دست آوردن بینش در مورد نیازها و ترجیحات مشتریان در حال ظهور استفاده کنید
- برای به دست آوردن ارزش بیشتری که برای مشتریان خود ایجاد می‌کنید، قیمت‌گذاری ارزش را اعمال کنید
- یک فرهنگ شرکتی برنده ایجاد کنید که نوآوری، همکاری و عملکرد بالا را تقویت می‌کند

مشخصات دوره

مدیریت استراتژیک با کاوش در کارکردها و ماهیت مدیریت عمومی بر مفهوم تحلیل استراتژیک، تدوین و اجرا تمرکز دارد. این دوره به عنوان فرصتی برای توسعه مهارت های تفکر استراتژیک و تجزیه و تحلیل، رهبری، ارتباطات، کار گروهی و ادغام متقابل عمل می کند. این دوره عمدتاً از طریق روش تحلیلی تدریس می شود و شامل خواندن، سخنرانی، فیلم، تمرین، شبیه سازی و امتحان موردی زنده است.

آنچه در این دوره یاد خواهید گرفت فراتر از رهبری ارشد سازمان ها برای شما مفید است. سازمان ها و کسب و کارها به طور فزاینده ای به کارکنان و مدیرانی نیاز دارند که بتوانند استراتژیک فکر کنند و بفهمند که چگونه اقدامات آنها به موفقیت کلی شرکت کمک می کند. آنچه یاد خواهید گرفت برای کسب و کارها تا شرکت های کوچک و بزرگ قابل اجرا است، و برای سازمان های مختلف از جمله استارت آپ ها، غیرانتفاعی ها و سازمان های دولتی نیز کاربرد دارد. موارد و مفاهیم دوره برای بررسی چالش های استراتژیک پیش روی کسب و کارها و سازمان هایی امروزی استفاده می شود. مواد مورد استفاده در این دوره طیف گسترده ای از صنایع، مشاغل و مسائل را در بر می گیرد تا عمق و وسعت تجربه را ارائه دهد.

نمای کلی دوره

این دوره به عنوان سفری طراحی شده است که تمام موضوعات ضروری در مدیریت استراتژیک را پوشش می دهد، موضوعات اعم از: تجزیه و تحلیل استراتژی، تدوین استراتژی ها در سطوح مختلف سازمان و اجرای استراتژی، ما همچنین در زمینه های در حال ظهور در این علم، نظریه ها رویکردها، تکنیک ها و نمونه های جدید و به روز دانشگاه های جهان و سازمانها و شرکتهای صحبت کرده ایم، با هم در مورد به روز ترین تکنیک ها و تاکتیکها آنها فکر می کنیم، تحلیل میکنیم و برای سازمان و کسب و کار خود خروجی به روز و اثربخش میگیریم. این دوره تصویر بزرگی از کسب و کار را ارائه می دهد. دانشجویان دیدگاه مدیری را پیدا خواهند کرد که مسئولیت کلی عملکرد شرکت را بر عهده دارد. در این نقش، دانشجویان قادر خواهند بود محرک های عملکرد شرکت را تعیین کنند، تغییراتی را که احتمالاً بر عملکرد آینده تأثیر می گذارند، درک کنند و اقداماتی را که می تواند به شرکت در ایجاد و حفظ مزیت رقابتی کمک کند، شناسایی کنند.

شرح دوره :

این دوره به معرفی مفاهیم، ابزارها و اصول اولیه تدوین استراتژی و تحلیل رقابتی می پردازد. به تصمیمات و اقدامات مدیریتی مربوط می شود که به طور مادی بر موفقیت و بقای شرکت های تجاری تأثیر می گذارد. این دوره بر اطلاعات، تحلیل ها، فرآیندهای سازمانی، مهارت ها و قضاوت تجاری که مدیران باید برای طراحی استراتژی ها، موقعیت کسب و کار و دارایی های خود و تعیین مرزهای شرکت و کسب و کار برای به حداکثر رساندن سود بلندمدت در مواجهه با عدم اطمینان و رقابت استفاده کنند، تمرکز دارد.

این دوره برای کمک به شما در توسعه مهارت های تدوین و اجرای استراتژی طراحی شده است. این مهارت ها به شما در هر شغلی که بعد از فارغ التحصیلی انتخاب می کنید و همچنین در سرمایه گذاری شخصی و انتخاب های شغلی به شما کمک می کند. تدوین استراتژی و فرآیند یکپارچه، مستلزم تسلط بر یک بدنه است.

دوره مدیریت استراتژیک از دو جنبه مهم است:

۱. این دوره دیدگاه گسترده ای از محیط را شامل می شود که شامل رقبا، خریداران، مصرف کنندگان، تامین کنندگان، فناوری، اقتصاد، بازارهای سرمایه و دولت در سطح محلی و جهانی است. این دوره با توجه به ویژگی های اقتصاد، فرهنگ، جامعه و شرایط سیاسی و سیاست خارجه کشور و خاورمیانه طرح ریزی شده و صرفاً یک دوره علمی آکادمی و کسب علوم تئوری و مثال های عملی آن نیست و در طراحی محتوا آن رویکرد اثربخشی بر وضعیت و عملکرد شرکتها، سازمانها و کسب و کارها و بازارهای داخلی و جهانی پیش روی آنها در سال ۱۴۰۳ الی ۱۴۰۸ در نظر گرفته شده است. و فرض بر این نیست که محیط خارجی و داخلی مطلوب است و اکنون علمی را فرا بگیرم و با جملات انگیزشی و کسب علمی قوی به کسب و کار خود جهت دهیم.

در این محتوا آموزشی، تمام جز به جز معایب و مزایا و وضعیت موجود اقتصاد، سیاست، شرایط جامعه با همه ارزش ها و عدم قطعیت ها با واقعگرایی بالا دیده شده و و این دوره فاقد هرگونه، تزریق امید و آرزو و جملات انگیزشی با تکیه بر این علم است و در طراحی ساختار این دوره سعی شده پیوند با علم آینده پژوهی برای اهداف و برنامه های راهبردی میان مدت و بلند مدت در نظر گرفته شود.

در ارائه این محتوا آموزشی و در مطالعه استراتژی، تمام علوم مدیریت با هم ترکیب شده و بر روی تمام ایده ها، مفاهیم و نظریه های دروس کاربردی و تجربیات مدیران و صاحبان شرکتها و صنایع صحبت و گفتگو میشود.

۲. این دوره یک دیدگاه کلی مدیریت دارد. کسب و کار و شرکت شما را به عنوان یک کل می بیند و بررسی می کند که چگونه سیاست ها در هر حوزه عملکردی در یک استراتژی رقابتی کلی ادغام می شوند. ما این دوره را برای توسعه "نقطه دیدگاه مدیریت عمومی" در بین شرکت کنندگان طراحی کردیم. این دیدگاه بهترین نقطه نظر برای تصمیم گیری هایی است که بر عملکرد بلند مدت کسب و کار تأثیر می گذارد. تصمیمات استراتژیک کلیدی تجاری مورد توجه در این دوره شامل تعیین و شکل دادن به هدف سازمانی برای فرصت های در حال تحول، ایجاد مزیت های رقابتی، انتخاب استراتژی های رقابتی، ایمن سازی و دفاع از موقعیت های بازار پایدار و تخصیص منابع حیاتی در دوره های طولانی است. چنین تصمیماتی تنها با نگاه کلی و بلندمدت به یک کسب و کار و شرکت می تواند به طور مؤثر اتخاذ شود.

ابزارهای تحلیلی و توانایی در نظر گرفتن یک دیدگاه یکپارچه

شما این مهارت ها را از طریق: ۱- تحلیل عمیق صنایع و رقبا ۲- پیش بینی رفتار رقابتی ۳- تکنیک هایی برای تجزیه و تحلیل و اینکه چگونه شرکت ها می توانند مزیت های رقابتی را در طول زمان توسعه دهند و حفظ کنند می آموزید و در این مهارتها تقویت میشوند.

اهداف دوره :

در زمینه استراتژی، ما با جالب ترین سؤالات سروکار داریم: سؤالاتی که پاسخ فوری یا واضحی برای آنها وجود ندارد. بنابراین جای تعجب نیست که استراتژیست ها چارچوب ها و تئوری های رقیب زیادی را ارائه کرده اند. چارچوب هایی که برای یک شرکت خاص مناسب است ممکن است برای شرکت دیگری بی فایده باشد. در این دوره، تاکید فقط بر کسب دانش نیست، بلکه درک زمان و نحوه اعمال چارچوب های خاص و اثر بخش در شرایط اکنون و آینده کسب و کار کشورمان است.

اهداف عمومی

۱- توانایی تفکر استراتژیک: در این دوره یاد خواهید گرفت که به صورت استراتژیک فکر کنید، عملکرد کسب و کار را درک کنید، استراتژی ها را به طور رسمی روی کاغذ و شفاهی تحلیل و طراحی کنید. این ماژول تجربه ای را در انجام یک تحلیل استراتژیک جامع از شرکت های جدید و تاسیس در بخش های مختلف به شما ارائه می دهد.

۲- توانایی تحلیل و درک و دریافت : دانش عمیق استراتژی مفاهیم کلیدی، ابزارها و چارچوب های مدیریت استراتژیک را در اختیار شما قرار می دهد و تئوری هایی را برای تحلیل عمیق صنعت و رقبا با توجه به نیروهایی مانند نوآوری تکنولوژیکی پوشش می دهد. این ماژول بینشی را در مورد مکاتب فکری مختلف، گاهی اوقات متضاد، ارائه می دهد و از این رو مفروضات، مزایا و محدودیت های هر مجموعه از نظریه ها و ابزارها را درک می کند.

۳- مهارت های ارتباطی و استدلالی: در طول دوره، یاد خواهید گرفت که از طریق ارائه شفاهی، استدلال و تکالیف کتبی استدلال های قانع کننده ای را برای اعضای هیئت مدیره، سهامداران، مدیران ارشد ، سرمایه گذاران و ذینفعان شرکتها ویا کسب و کار خود یا دیگران ارائه دهید.

اهداف کلیدی دوره

ردیف	اهداف	تاکید دوره
۱	فارغ التحصیلان ما انواع بازارها و صنایع و حوزه های تجاری کلیدی و تعامل آنها را برای مدیریت موثر انواع مختلف شرکت ها درک خواهند کرد.	بالا
۲	فارغ التحصیلان ما دیدگاه تجاری جهانی را توسعه خواهند داد. آنها درک خواهند کرد که چگونه بازارها و صنایع محلی، منطقه ای و بین المللی، و مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر تصمیمات تجاری تأثیر می گذارند تا فرصت های جدید را در هر بازاری پیشبینی کنند.	بالا
۳	فارغ التحصیلان ما مهارت های تفکر انتقادی را نشان خواهند داد تا به تصمیم گیرندگان آینده نگر، حل کننده های مشکل و مبتکر تبدیل شوند.	بالا
۴	فارغ التحصیلان ما افراد و مهارت های رهبری را برای ارتقای اثربخشی خود به عنوان مدیران و رهبران تجاری توسعه خواهند داد.	متوسط
۵	فارغ التحصیلان ما مهارت های استدلال اخلاقی را نشان می دهند، مسئولیت های اجتماعی، مدنی و حرفه ای را درک می کنند و آرزوی افزودن ارزش به جامعه را دارند.	بالا
۶	فارغ التحصیلان ما ارتباطات موثری برای تسهیل جریان اطلاعات در زمینه های سازمانی، اجتماعی و بین فرهنگی خواهند بود.	متوسط کم

مروری بر ساختار این دوره برای دستیابی به اهداف آموزشی آن :

این دوره از پنج ماژول مرتبط با هم تشکیل شده است که بر روی یکدیگر ساخته می شوند. هر ماژول به دنبال دستیابی به سه هدف درک شناختی، ایجاد مهارت و تفکر ارزیابی است که منجر به اهداف کلیدی یادگیری که در جدول بالا اشاره شد می شود.

۱- توسعه درک شناختی از اصطلاحات و روابط، که هدف آن کمک به شما در توسعه دانش واقعی و مفهومی در مورد حوزه مدیریت استراتژیک است.

۲) مهارت در توانایی انجام اشکال خاصی از تجزیه و تحلیل که هدف آن کمک به شما در توسعه دانش، و رویه ای خاص در زمینه مدیریت استراتژیک و دانش فراشناختی در چگونگی حل مشکلات مدیریت شرکت و کسب و کار با استراتژی است.

۳) تفکر انتقادی در ارزیابی گزینه های رقیب و همچنین بررسی شواهد تجربی موجود حال حاضر و مورد استفاده درست و نادرست از مفاهیم و تحلیل هایی که هدف آن کمک به شما و افزایش قدرت تحلیل و استنباط شما است.

توسعه دانش در جمع آوری، طبقه بندی، تجزیه و تحلیل، تفسیر و ارزیابی اطلاعات، همه از عناصر درجه بندی شده این دوره بر اساس ارزیابی توانایی شما برای نشان دادن دانش خاص است

ماژول ۱: تجزیه و تحلیل خارجی با تمرکز ویژه بر تحلیل صنعت و رقیب

۱. فارغ التحصیل بتواند صنایع را از بازار متمایز کند و شرایط صنعت را بیشتر شناسایی کند
روشی مناسب برای استفاده از چارچوب تحلیل صنعت و رقیب است، و منجر میشود دانشجو قادر به شناسایی منابع برای قدرت چانه زنی، در میان رقبا و خریداران، تامین کنندگان میگردد و روابط بین قدرت چانه زنی بین رقبا، خریداران، تامین کنندگان و همچنین جایگزین ها و موانع ورود را تحلیل و تجزیه و استنباط گردد. و قادر به شناسایی گروه های رقابتی در صنایع و همچنین استراتژی های رقابتی عمومی میگردد.
۲. فارغ التحصیل قادر به تجزیه و تحلیل موقعیت های مناسب صنعت به عنوان یک تازه وارد یا متصدی در جایی که شرایط محیط کم و بیش مناسب است میگردد.
۳. فارغ التحصیل قادر به استفاده از تجزیه و تحلیل شرایط برای پیش بینی جهت احتمالی حرکات رقابتی آتی توسط رقبا میگردد.



ماژول ۲: تجزیه و تحلیل داخلی با تمرکز ویژه بر نمایش مبتنی بر منابع شرکت

۱. فارغ التحصیل میتواند منابع را از روی قابلیت ها و شایستگی ها شناسایی کند. میتواند علل را شناسایی کند، میتواند مزیت رقابتی پایدار را تشخیص دهد و اینکه چگونه قابلیت های اصلی می توانند به هسته شکت، یا رشد و توسعه تبدیل شوند.
 ۲. فارغ التحصیل قادر به شناسایی و توصیه مسیرهای اقدام جایگزین برای قابلیت هایی میگردد که به سختی تبدیل نمی شوند.
 ۳. فارغ التحصیل قادر به استفاده از دیدگاه مبتنی بر منابع شرکت برای تشخیص مشکلات با مزیت رقابتی شرکت و توصیه راه های اقدام جایگزین برای اصلاح میگردد.
 ۴. فارغ التحصیل قادر به انجام تجزیه و تحلیل ذینفعان، سهامداران و سرمایه گذاران میگردد.
 ۵. فارغ التحصیل قادر به توصیه مسیرهای اقدام جایگزین برای ایجاد قابلیت های پویا میگردد.
- ## ماژول ۳: تجزیه و تحلیل تعاملات رقابتی که به عنوان دینامیک رقابتی شناخته می شود.

۱. فارغ التحصیل قادر به شناسایی پویایی در کسب و کار رقابتی از جمله اقدام و واکنش رقابتی، مزیت اولین حرکت، رقابت مشترک، رقابت چند نقطه ای، برنده شدن همه چیز و پوشش در صنایع مبتنی بر فناوری میگردد.

۳. فارغ التحصیل قادر به توسعه یک مدل کسب و کار برای تشخیص پویایی صنعت می‌گردد

۳. فارغ التحصیل قادر به تجزیه و تحلیل پویایی های زیربنایی استراتژی های رقابتی و انجام توصیه هایی مناسب برای اقدام پیشگیرانه و تدافعی می‌گردد.

۴. فارغ التحصیل قادر به تجزیه و تحلیل پویایی زیربنایی برنده در تمام موقعیت ها و مناسب سازی آن ها می‌گردد.

ماژول ۴ : تجزیه و تحلیل استراتژی شرکت با تمرکز خاص بر ساختار درون و بیرون شرکت

(۱) تخصیص منابع بین خطوط مختلف کسب و کار در یک شرکت (۲) مرزهای شرکت با تمرکز بر رویکردی که به عنوان اقتصاد هزینه معامله شناخته می شود.

۱. فارغ التحصیل قادر به شناسایی نحوه تخصیص منابع بین مشاغل مرتبط و غیر مرتبط توسط شرکت ها و نحوه تخصیص آنها می‌گردد. البته این فرآیندها می توانند هم افزایی را تقویت یا از بین ببرند.

۲. فارغ التحصیل قادر به استفاده از منحنی تجربه برای برآورد مزایای هزینه، ماتریس رشد، سهم، و ماتریس های جذابیت صنعت، قدرت کسب و کار برای توصیه تخصیص منابع در سراسر سید کسب و کارهای یک شرکت می‌گردد.

۳. فارغ التحصیل قادر به توضیح مفروضات مختلف و همچنین مزایا و معایب رویکردهای جایگزین برای تخصیص منابع شرکتی می‌گردد.

۴. فارغ التحصیل قادر به شناسایی چرایی تغییر مرزهای شرکت ها مانند تنوع، ادغام و تملک، واگذاری، اتحاد و... می‌گردد.

۵. فارغ التحصیل قادر به استفاده از رویکرد صحیح و استانداردار برای توصیه استراتژی برای تغییرات عمودی و افقی درمرز شرکت می‌گردد.

KIAN BUSINESS ACADEMY

ماژول ۵ : تجزیه و تحلیل استراتژی شرکت با تمرکز ویژه بر استراتژی شرکت رقابت بین المللی

۱. فارغ التحصیل قادر به شناسایی چرایی گسترش شرکت ها در سطح بین المللی و آسیب شناسی استراتژی هایی که استفاده شده می‌گردد.

۲. فارغ التحصیل قادر به تجزیه و تحلیل رقابت بین المللی و توصیه راهبردهای جایگزین برای شروع و دفاع می‌گردد.

دستاوردهای این دوره برای فارغ تحصیلان

از دستاوردهای علمی و عملی این دوره برای شما : درک استراتژی چیست و اینکه تفاوت بین استراتژی سطح کسب و کار و سطح شرکت را شناسایی کنید ، روابط بین چشم انداز، مأموریت، ارزش ها و استراتژی را درک کنید ، محیط داخلی یک شرکت را بررسی کنید: منابع، قابلیت ها و فعالیت ها از تجزیه و تحلیل برای شناسایی و از ویژگی های کلان زمینه خارجی بتوانید استفاده کنید ، کیفیت استراتژی یک شرکت را ارزیابی کنید ، مزایا و معایب انتخاب استراتژی اولین حرکت را ارزیابی کنید ، یک استراتژی شرکتی توسعه دهید ، اشکال مختلف اتحاد و راهبردهای تعاونی را مقایسه کنید.

پس از اتمام این دوره، با توانایی های کسب شده قادر خواهید بود وظایف کلیدی زیر را انجام دهید:

- ساختار صنعت و روندهای محیطی را تجزیه و تحلیل کنید.
- طراحی ، تدوین و پیاده سازی نقشه و برنامه راهبردی را انجام دهید.
- ارزیابی کنید که چگونه منابع و قابلیت های یک شرکت مزیت رقابتی ایجاد می کند.
- استراتژی های جدید را در زمینه های مختلف تدوین کنید.
- توضیح دهید که چگونه شرکت ها به چندین کسب و کار ارزش می افزایند.
- اجرای استراتژی ها و سازماندهی شرکت برای موفقیت را استاندارد و اصولی انجام دهید.
- کنترل و نظارت بر استراتژی را با دقت و مستمر و اخذ خروجی با روشهای استاندارد به روز دنیا انجام دهید.

تأثیر سازمانی

با اعزام نمایندگان در این دوره آموزشی حرفه ای پیشرفته ، سازمان شما از مزایای زیر بهره مند می شود:

- ✓ مهارت های تصمیم گیری استراتژیک تقویت شده بدست خواهید آورد ، که منجر به بهبود عملکرد، موقعیت بازار و تخصیص منابع می شود.
- ✓ توانایی بهبود یافته برای تجزیه و تحلیل و اعمال روندهای بازار، برای به دست آوردن یک مزیت رقابتی قابل اجرا برای کسب و کار و سازمان شما بدست خواهید آورد.
- ✓ افزایش ظرفیت برای نوآوری تجاری متناسب با زمینه بازار کسب و کار و شرکت خود بدست خواهید آورد.
- ✓ تقویت فرهنگ سازی و شایستگی های رهبری برای کمک به کسب و کار و سازمان شرکت شما برای افزایش یا افزایش موقعیت فعلی خود بدست خواهید آورد.
- ✓ مهارت ها و استراتژی های بهبود یافته در قیمت گذاری، نوآوری، تشخیص بینش، رهبری، ارتباطات و کار گروهی برای افزایش سودآوری در کسب و کار و شرکت خود بدست خواهید آورد.
- ✓ مهارت های پیاده سازی پیشرفته به سمت نتایج قابل اندازه گیری که به کسب و کار و سازمان شما کمک می کند تا به نتایجی با تأثیر بالا دست یابد تا از بازی جلوتر بماند.

تأثیر شخصی

با شرکت در این دوره آموزشی شما از مزایای زیر بهره مند می شود:

- ✓ درک جامعی از مبانی استراتژی و آخرین رویکردهای نوآورانه برای مدیریت استراتژیک به دست آورید که به شما امکان می دهد بهترین شیوه ها را در نقش، سازمان و حرفه خود به کار ببرید.
- ✓ مهارت ها و تکنیک های عملی را برای تجزیه و تحلیل روند موثر و تصمیم گیری استراتژیک توسعه دهید تا اثربخشی خود را به عنوان یک تصمیم گیرنده افزایش دهید.
- ✓ توانایی خود را برای ایجاد فرهنگ سازمانی و رهبری تیم ها برای دستیابی به نتایج با تاثیرگذاری بالا که برای سازمان شما ارزش ایجاد می کند، تقویت کنید.
- ✓ در مورد استراتژی های قیمت گذاری و نوآوری های تجاری اطلاعاتی به دست آورید و ابزارها و تکنیک های جدیدی را در اختیار شما قرار دهد که سودآوری و رشد را افزایش می دهد.
- ✓ توانایی خود را برای برقراری ارتباط موثر، تسهیل همکاری و مدیریت تغییرات افزایش دهید، به شما کمک می کند رهبر بهتری شوید و تیم خود را توانمند کنید.
- ✓ مهارت های عملی را برای اجرای ابتکارات استراتژیک با نتایج قابل اندازه گیری توسعه دهید، که به شما امکان می دهد در موفقیت سازمان خود و پیشرفت شغلی خود کمک کنید.

در پایان دوره، فراگیران ممکن است در توانایی خود برای دستیابی به این نتایج متفاوت باشند. به احتمال زیاد تنها در صورتی به این نتایج دستیابید که طبق برنامه درسی در کلاس و با فعالیت های آنلاین شرکت کنید، الزامات همه تکالیف را به بهترین نحو انجام دهید، در فعالیت های کلاسی و کارگروهی طبق دستور شرکت فعالانه داشته باشید، و مطالعه کنید. با پشتکار برای آزمونهای هفتگی و ماهانه و پایان ترم حاضر شوید.

فهرست محتوا و ترتیب ارائه درس :

بخش اول : مبانی اصلی و مفاهیم پایه

۱. سوالات اصلی در مدیریت استراتژیک
۲. استراتژی چیست؟
۳. ویژگی های تصمیم استراتژیک
۴. تفکر استراتژیک چیست؟
۵. انواع استراتژی کدام است؟
۶. نقش استراتژی در زمان
۷. نقش تعیین کننده مزیت رقابتی در استراتژی
۸. تاریخچه استراتژی
۹. مفاهیم اولیه مدیریت استراتژیک

بخش دوم : تجزیه، تحلیل، طراحی، تدوین، پیاده سازی، اجرا و کنترل ارزیابی

۱. تحلیل محیطی : ارائه دانش و روش هایی برای تحلیل محیط خارجی و داخلی سازمان به منظور شناخت بهتر فرصت ها و تهدیدها و نقاط قوت و ضعف سازمان.
۲. تعیین استراتژی ها : مرحله تعیین استراتژی های سازمان با توجه به تحلیل محیطی و منابع موجود.
۳. برنامه ریزی استراتژیک : ایجاد یک برنامه عملی برای اجرای استراتژی های تعیین شده با تعیین اهداف کوتاه مدت و بلندمدت، مسئولیت ها، و منابع مورد نیاز.
۴. پیاده سازی اجرا و نظارت : مراحل اجرای برنامه ریزی استراتژیک و نظارت بر پیشرفت و تغییرات در حین اجرا.
۵. ارزیابی و بازخورد : ارزیابی نتایج اجرای استراتژی ها و تصمیم گیری در مورد تغییرات و بهبودهای لازم.

بخش سوم : استراتژی های عمومی کسب و کار

۱. مقدمه ای از استراتژی های سازمانی
۲. منابع مزیت رقابتی
۳. استراتژی رهبری هزینه
۴. ساختار سازمانی در استراتژی هایی که رهبری هزینه است، به چه صورت است؟
۵. استراتژی ورود
۶. استراتژی حرکت و رشد
۷. استراتژی بقا
۸. استراتژی توسعه
۹. استراتژی تحول

۱۰. استراتژی های عمومی سطح کسب و کار (تمایز، تمرکز، یکپارچه)
۱۱. علل شکست سازمان ها
۱۲. زنجیره ارزش سازمان
۱۳. کسب صلاحیت های متمایز و مزیت رقابتی
۱۴. سطوح مختلف استراتژی
۱۵. استراتژی در سطح وظیفه ای
۱۶. اهداف سطح وظیفه ای
۱۷. استراتژی منابع انسانی
۱۸. استراتژی مالی
۱۹. استراتژی سیستم های اطلاعاتی
۲۰. سطوح مختلف استراتژی - بخش دوم
۲۱. استراتژی در سطح کسب و کار
۲۲. استراتژی در سطح واحد تجاری و محیط صنعت
۲۳. استراتژی در سطح سازمان
۲۴. استراتژی های هدایتی سازمان
۲۵. تحلیل پورتفولیو (Portfolio)
۲۶. استراتژی در سطح جهانی
۲۷. سطوح مختلف استراتژی جهانی
۲۸. ابزارهای نوین تحلیل استراتژیک



KIAN BUSINESS ACADEMY

روش آموزش:

به دلیل ساختار تحلیلی، درک و دریافتی بودن دوره، آموزش به روش کارگاه سخنرانی و با بهره گیری از گفتگوی دوطرفه و تیمی با دانشجویان و به اشتراک گذاری استنباط ها و تجربیات و مطالعات برای افزایش دقت تشخیص و تحلیل و در نهایت برای افزایش قدرت تصمیم، انتخاب و طراحی استراتژیک است. و از کلیه وسایل کمک آموزشی در محقق و میسر شدن این رویکرد بهره گیری می گیرد. به منظور افزایش اثر بخشی آموزش و نیز ایجاد انگیزه در دانشجویان بخش پایانی هر جلسه به پرسش و پاسخ اختصاص داده می شود. پایان هفته تمرین ارائه می گردد و در میان ترم آزمون و تست سطح آموزش جهت روزرسانی و یادآوری صورت گرفته در پایان ترم آزمون و پروژه شخصی و کاربردی از دانشجویان اخذ می گردد.

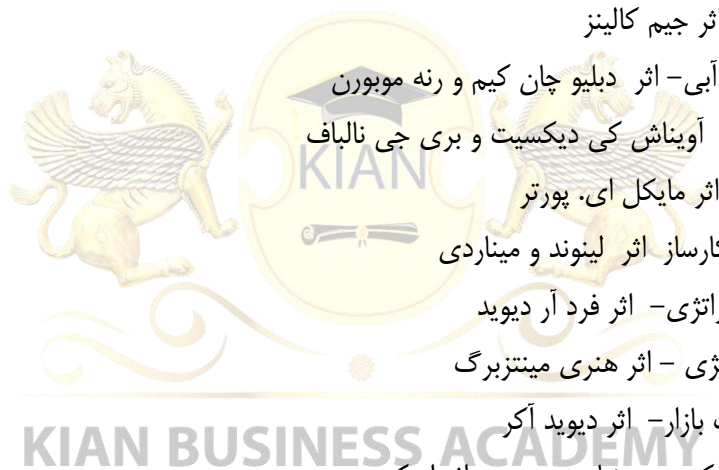
شرایط اجرا:

امکانات آموزشی بخش:

سالن سخنرانی، وسایل و تجهیزات کمک آموزشی (اینترنت، لب تاپ، نمایشگر lcd، پروژکتور، برگه های پرسش و پاسخ، فرمهای ارزیابی کلاس و...)

منابع اصلی درس:

۱. پنج حرکت بعدی شما- اثر پاتریک بت دیوید و گرگ دینکین
۲. استراتژی خوب استراتژی بد- اثر ریچارد روملت
۳. بازی برای پیروزی- اثر لافلی، مارتین و همکاران
۴. ساختن برای ماندن- اثر جیم کالینز و جری اول پوراس
۵. از خوب به عالی- اثر جیم کالینز
۶. استراتژی اقیانوس آبی- اثر دلیو چان کیم و رنه موبورن
۷. هنر استراتژی- اثر آویناش کی دیکسیت و بری جی نالباف
۸. استراتژی رقابتی- اثر مایکل ای. پورتر
۹. کتاب استراتژی- کارساز اثر لینوند و میناردی
۱۰. کتاب مدیریت استراتژی- اثر فرد آر دیوید
۱۱. کتاب جنگل استراتژی- اثر هنری مینتزربرگ
۱۲. مدیریت استراتژیک بازار- اثر دیوید آکر
۱۳. تکانه های استراتژیک- در دنیای مدیریت اثر اریک پیترس
۱۴. هنر یک استراتژیست- اثر ویلیام ا کوهن
۱۵. شکل گیری استراتژی- اثر ریچارد ویتینگون
۱۶. استراتژی چاپک- اثر رالف فرناندو
۱۷. جعبه استراتژی- جارد د هریس و مایکل جی لنوکس



ارزشیابی:

ارزشیابی بصورت کتبی است. که بخشی بیشتر از آن بصورت حضور فعال در بحث های گروهی کلاس، مطالعه منابع مربوط به بحث قبل از حضور در کلاس می باشد.

آزمون کتبی که در پایان دوره بصورت سئوالات چهار گزینه ای- تشریحی است و پروژه بنا بر نیاز و طرح هریک از دانشجویان نسبت به شرکت و یا کسب و کار خود تعریف میگردد و مدت ۱۰ روزه پس از تأیید پروپوزال برای ارائه زمان دارد.

کلیه پروژه ها در کارگاه گروهی ۱ الی ۲ روزه براساس جمعیت شرکت کنندگان دوره، در حضور کلیه دانشجویان بازخوانی، رفع ایراد و ارزیابی میگردد.

نحوه محاسبه نمره کل:

آزمون کتبی ۲۰٪ نمره کل

حضور فعال و شرکت در بحث ۳۰٪ نمره کل

پروژه ۵۰٪ نمره کل

مقررات:

1-حداقل نمره قبولی از ۱۰۰ نمره ۷۰ می باشد.

2-تعداد دفعات مجاز غیبت موجه در کلاس ۴ جلسه می باشد در صورت بیشتر شدن تعداد غیبت ها از نمره نهایی ۳۰٪

حضور فعال و شرکت در بحث کسر خواهد شد. **KIAN BUSINESS ACADEMY**

در صورت موجه بودن غیبت مربوطه ، دانشجو دانشجو جهت بهره مندی از نمره ۳۰٪ مشمول ارائه تحقیق حضوری در کلاس خواهد شد.



Course Plan

STRATEGIC MANAGEMENT

Course instructor : Dr. Mohammad Mazrouei

