

بسمه تعالی



دانشکده مدیریت و اقتصاد

گروه مدیریت بازرگانی

درس مدیریت استراتژیک پیشرفته

دوره کارشناسی ارشد ۱۴۰۲-۱۴۰۳

مدرس: دکتر سید حمید خداداد حسینی - استاد گروه مدیریت بازرگانی

اهداف درس:

آشنایی دانشجویان با مباحث پیشرفته استراتژی و توانمند سازی آنها در بکارگیری ابزارها و فنون تحلیل استراتژی

رئوس کلی مهمترین مطالب:

- مفهوم استراتژی: رویکرد های سنتی و نوین
- ضرورت استراتژی و تفاوت امور استراتژیک از غیر استراتژیک
- تصمیم گیری استراتژیک: دامها و راهکارها
- رهبری استراتژیک
- آشنایی با مبانی و اصول تفکر استراتژیک
- مروری بر مکاتب استراتژیک
- آشنایی با نوع شناسی استراتژیها
- راهبرد های نوین در استراتژی: استراتژی دیجیتال در توسعه کسب و کارها
- فرایند مدیریت استراتژیک
- تحلیل ذینفعان
- مفاهیم استراتژیک
- استراتژی و ارزش های اخلاقی

- تحلیل درون سازمانی
- تحلیل برون سازمانی
- جهانی شدن و ساختار صنعت
- تدوین و انتخاب استراتژی:
- انتخاب استراتژیهای رقابتی عمومی در سطح کسب و کار
- انتخاب استراتژیهای در سطح شرکت
- انتخاب استراتژیهای در سطح جهانی
- انتخاب استراتژیهای در سطح واحد وظیفه ای
- انتخاب استراتژی سرمایه گذاری در سطح واحدهای تجاری
- کسب صلاحیت های متمایز و برتری رقابتی
- تقویت استمرار و حفظ برتری رقابتی
- چرا سازمانها با شکست مواجه می گردند؟
- تدوین و انتخاب استراتژی
- آشنایی با ابزار ها و فنون تجویزی تحلیل استراتژیک
- تدوین استراتژی مبتنی بر سناریو
- اجرا و پیاده سازی استراتژی:
- استراتژی طراحی سازمانی (طراحی ساختار سازمانی و سیستم های کنترل)
- مدل ارزیابی متوازن
- اجرای استراتژی و تغییر: سیاست، قدرت و تعارض

شیوه ارائه مطالب درس:

بمنظور ارتقاء و اثربخش بیشتر کلاس درس، از شیوه های ترکیبی تعاملی، سخنرانی، مشارکت دانشجویان در مباحث، و ارزیابی تکالیف فردی استفاده خواهد بود. ارائه رئوس اصلی درس به صورت سخنرانی مدرس انجام خواهد شد. بمنظور افزایش مهارت و توانمند سازی، دانشجویان موظف به تدوین استراتژی در سطح شرکت در قالب یک پروژه کلاسی خواهند بود.

نحوه ارزیابی از دانشجویان:

۱۵ امتیاز	حضور و مشارکت فعال در کلاس	•
۲۵ امتیاز	انتخاب، بررسی تدوین برنامه استراتژیک در سطح شرکت	•
۶۵ امتیاز	آزمون پایان ترم	•
<u>۱۰۰ امتیاز</u>	<u>مجموع</u>	

منابع:

- خداداد حسینی، سید حمید، و عزیزی، شهریار، مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک: رویکرد جامع، چاپ چهارم، انتشارات صفار، تهران، ۱۳۹۹.
- گوپتا، سونیل، راهبری استراتژی دیجیتال: راهنمایی برای بازاندیشی کسب و کار، ترجمه: سید حمید خداداد حسینی، محمد جوادی و سروش شایگان، انتشارات نگاه دانش، تهران، ۱۴۰۰.
- مینتزرگ، هنری، لمپل، جوزف، و آلسترنند، بروس دبلیو، (۱۳۹۲) جنگل استراتژی، ترجمه: احمدپور داریانی، انتشارات جاجرمی. تهران