



(کاربرک طرح درس)

نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۸ / تاریخ به روز رسانی: ۱۳۹۸/۱۲/۰۵

نام درس		فارسی: مدیریت استراتژیک پیشرفته لاتین: Advanced Strategic Management		تعداد واحد: نظری ۲ عملی *	مقطع: کارشناسی □ کارشناسی ارشد □ دکتری □
مدرس/مدرسین: دکتر علیرضا مقدم		شماره تلفن اتاق: ۰۲۳۳۱۵۳۳۵۹۲		پیش نیازها و هم نیازها: -	
پست الکترونیکی: moghaddam@semnan.ac.ir		منزلگاه اینترنتی: http://moghaddam.profile.semnan.ac.ir			
برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: یکشنبه ها ۱۲:۳۰-۱۰:۳۰					
اهداف درس: ارتقاء درک دانشجویان از مفهوم مدیریت استراتژیک، آشنایی با نگرش استراتژیک و فرایند برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک در سازمان های تجاری، دولتی و بنگاه های اقتصادی. در این حین هدف اصلی کلاس هر چه آشناتر ساختن دانشجویان با برخی از سرشناس ترین محققان و نویسندگان در زمینه مدیریت استراتژیک است.					
امکانات آموزشی مورد نیاز: ویدئو پروژکتور					
نحوه ارزشیابی	فعالیت های کلاسی و آموزشی	ارزشیابی مستمر (کوئیز)	امتحان میان ترم	امتحان پایان ترم	
درصد نمره	۳۵			۷۰	
منابع و مآخذ درس		<ul style="list-style-type: none"> - هانگر، جی. دیوید؛ ویلن، تامس (۱۳۸۶). مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه داود ایزدی و سیدمحمد اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی. - اعرابی، سیدمحمد (۱۳۹۵). دستنامه برنامه ریزی استراتژیک، دفتر پژوهش های فرهنگی. - رحمان سرشت، حسین (۱۳۸۳). مدیریت راهبردی (استراتژیک) در اندیشه نظریه پردازان، دانشگاه علامه طباطبایی (ره) 			

بودجه بندی درس

شماره هفته آموزشی	مبحث	توضیحات
۱	جایگاه نگرش استراتژیک در ایجاد بهره وری	
۲	مفهوم مدیریت استراتژیک	
۳	دیدگاه فرایندی در مدیریت استراتژیک و فرایند تدوین استراتژی	
۴	اصول، مفاهیم و ابزارهای تدوین بیانیه راهبردی مشتمل بر چشم انداز، ماموریت و ارزش های سازمان	
۵	شناخت و تحلیل محیط کلان، صنعت و محیط رقابتی سازمان	
۶	شناخت و تحلیل محیط درونی و شناخت زنجیره ارزش سازمان	
۷	ارائه گزارش یک پیشرفت پروژه: تحلیل و تدوین بیانیه راهبردی شرکت مورد مطالعه	
۸	ابزارهای تحلیل پورتفولیو؛ منحنی تجربه، آرایه ها و واحد تجاری راهبردی سه بعدی	
۹	آشنایی با مفهوم استراتژی، سطوح و انواع آن و ابزارهای تحلیل استراتژیک و تدوین گزاره های استراتژی	
۱۰	ابزارهای ارزیابی، اولویت بندی و انتخاب استراتژی های اصلی	
۱۱	ارائه گزارش دو پیشرفت پروژه: بررسی و تحلیل عوامل تاثیرگذار محیط بیرون و محیط درون شرکت مورد مطالعه	
۱۲	شناسایی توانمندی های محوری بنگاه، تدوین هدف های بلند مدت و فرآیند اجرای استراتژی	
۱۳	تحلیل ایده های تدریج گرایی عقلایی، آشنایی با موانع رفتاری، فرهنگی و ساختاری نهادینه شدن استراتژی	
۱۴	ارزیابی، نظارت و کنترل استراتژیک	
۱۵	تحلیل فرایند افول و احیای بنگاه	
۱۶	ارائه گزارش سه پیشرفت پروژه: تدوین و جمع بندی گزاره های استراتژی شرکت مورد مطالعه	

