



Web site: www.pouyandegan.co

Tel/fax: 02177848874

web site: ww.pouyandegan.co
tel/fax: 02177848874



کد فایل: SM1002

مدیریت استراتژیک در مدیریت بازرگانی

web site: ww.pouyandegan.co
tel/fax: 02177848874



کاربر گرامی وقت بخیر،

ضمن تشکر از بذل توجه و حسن انتخاب شما، در صورت تمایل می توانید از طریق تکمیل فرم درخواست شرکت در آزمون آنلاین و صدور گواهی نامه در سایت کلینیک پویندگان در آزمون آنلاین آکادمی پویندگان شرکت نموده و گواهی فارسی و لاتین از این آکادمی دریافت نمایید.

طرح درس و اهداف درس مدیریت استراتژیک در رشته مدیریت بازرگانی

استراتژی تصویر جامعی از هدفهای بلند مدت، مقاصد و هدفهای کوتاه مدت و سیاستها و برنامه های عمده برای تحقق هدفهایی است که در آن رسالت موجود یا آتی سازمان و شخصیت موجود یا آتی سازمان تبیین شده است.

در تعریف مزبور مفاهیم زیر جلب نظر می کند:

داشتن تصویر جامع از محیط اطراف سازمان و تعیین جایگاه سازمان در آن، در این مسیر سازمان میتواند تهدیدها و فرصت ناشی از عناصر محیطی را شناخته و با توجه به توانمندی و استعدادهای درونی موقعیت خود را تعریف کند.

داشتن هدفهای بلند مدت و پیدا کردن فرصتهای آن
برای رونق آینده و احتراز از غافل گیری که این در
سایه تعیین هدف غایی و رسالت امکان پذیر است.
تعیین رسالت به سازمان قداست آرمانی می دهد و
بستر رشد، ترقی و انگیزش برای رشد و تعالی
برقرار می کند.

شناخت منابع ،امکانات و پیدا کردن نگرش
منطقی بلند مدت در تخصیص منابع به طوری
که نقاط قوت و توانمندی افزایش یابد و نقاط
ضعف و کمبود جبران گردد.

پیدا کردن دید سیستمی و اقتضایی در تعیین اهداف،
استراتژی، سیاستها و به طور کلی تصمیمات سازمان
و ایجاد بستر مناسب کار تیمی و گروهی که حاصل
آن تلفیق اهداف فردی و سازمانی خواهد شد.

ضرورت حرکت استراتژیک تیزبینی، هم قدمی، تکیه بر
وجوه مشترک، تکیه بر توانها و شناخت و مبارزه
سازنده با ضعفها و نارسایها است. ایجاد دیدگاه
استراتژیک با توجه به مبانی اعتقادی و ایدئولوژیکی در
کشور ما به ویژه در بخش بازرگانی زمینه رشد و
توسعه بنگاه های اقتصادی را فراهم خواهد کرد.

عینیک تخصصی و فوق تخصصی مدیریت و حسابداری

پویندگان



web site: ww.pouyandegan.co
tel/fax: 02177848874

فصل اول

فرایند مدیریت استراتژیک

مدیریت استراتژیک، برنامه ای هماهنگ، جامع و پیوسته است که استعداد ممتاز سازمان را با محیط ارتباط می دهد و منظور از آن تحقق هدفهای سازمان درچارچوب اجرای صحیح مدیریت است.

اولین قدم در تدوین مدیریت استراتژیک در سالهای آخر دهه پنجاه برداشته شد. مدیران روشی ابداع کردند که برای کجایی و چرائی حرکت مؤسسه خود تصمیم گیری کند، قسمت تحلیلی این روش را (طراحی استراتژی) نامیده و فرایند طراحی گروهی آن را (برنامه ریزی استراتژیک) خوانده اند.

قدم دوم در سالهای هفتاد برداشته شد، زمانی که مدیران کشف کردند که با هر تغییر گسسته در استراتژی مؤسسه، شکل گیری درون سازمانی مؤسسه نیز بایستی دگرگونی می شد این فرایند (برنامه ریزی توانمندی) نام گذاری شد.

قدم سوم در سالهای آخر دهه هفتاد و دو واکنش نسبت به نظرات روز افزون تغییرات ناگهانی در محیط برداشته شد. برای مواجه شدن با این دگرگونی ها مؤسسات بازرگانی شروع به استفاده از فن استراتژیک که در زمان واقعی کردند، و آن را (مدیریت مسئله) نامیدند.

تازه ترین تدوین استقرار برنامه ریزی استراتژیک و مدیریت استراتژیک است، که روش جامع و نظام یافته ای برای برخورد با تغییرات است به طوری که مدیر توانایی لازم برای اداره تصمیمات به دست آورده و با استفاده از یک سیستم خدماتی کامل با شناخت توانمندیهای داخلی و فرصتهای محیطی زمینه رشد و پویایی سازمان را فراهم می کند.