

فهرست

۱۵	پیشگفتار مؤلفان
۱۷	فصل اول / تفکر استراتژیک به زبان ساده
۱۹	تفکر استراتژیک به چه معناست؟
۲۱	چگونه تفکر استراتژیک را به شکلی ساده و رسا تعریف کنیم؟
۲۲	درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک: ماهاتیر محمد
۲۳	مهارت تفکر استراتژیک چه ویژگی‌هایی دارد؟
۲۴	ارتباط میان تفکر استراتژیک و برنامه‌ریزی استراتژیک
۲۵	آیا تفکر استراتژیک را می‌توان آموخت؟
۲۶	نکاتی که باید به خاطر بسپارید
۲۹	فصل دوم / در جست‌وجوی منفعت
۳۱	امریکن اکسپرس: جست‌وجوی فرصت از دل تلاطم‌ها
۳۵	شناخت و بهره‌گیری از منفعت‌ها
۳۶	منفعت بالقوه چیست؟
۳۷	سرچشمه‌های منفعت بالقوه در کجا یافت می‌شوند؟
۳۸	جست‌وجوی منفعت بالقوه استراتژیک از درون ضعف‌ها
۴۰	جست‌وجوی منفعت‌های بالقوه استراتژیک در دل تهدیدها
۴۱	جست‌وجوی منفعت‌های بالقوه استراتژیک در دل آینده
۴۴	جست‌وجوی منفعت‌های بالقوه استراتژیک از درون ظرفیت‌ها
۴۶	درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: سنگاپور
۴۸	فکرافزارهای جست‌وجوی منفعت
۵۵	نکاتی که باید به خاطر بسپارید

۵۷	فصل سوم / انضباط منعطف
۵۹	جنرال الکترونیک: نقطه پایان بی هدفی پس از دو دهه
۶۳	مفهوم هدف
۶۴	آیا هدف‌گیری کار سختی است؟
۶۶	هدف‌گیری چگونه در تصمیم‌گیری‌ها نمود پیدا می‌کند؟
۶۷	چرا هدف‌گیری به تنهایی سازمان را به مقصود نمی‌رساند؟
۶۸	فواید هدف‌گیری و هدف‌گرایی چیست؟
۷۱	درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: کره جنوبی
۷۴	فکرافزارهای انضباط منعطف
۸۱	نکاتی که باید به خاطر بسپارید
۸۳	فصل چهارم / دستیابی به برگ برنده
۸۵	تویوتا: تمایز به سبک ژاپنی
۸۹	مفهوم مطلوبیت و ارزشمندی
۹۰	آیا همه عوامل مطلوبیت‌زا به یک اندازه ارزشمندند؟
۹۲	آیا مطلوبیت و تمایز ناشی از آن همیشگی است؟
۹۲	تصورات اشتباه چگونه تمایز را تهدید می‌کنند؟
۹۴	دامنه ایجاد تمایز تا چه اندازه گسترده است؟
۹۵	درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: ترکیه
۹۸	فکرافزارهای دستیابی به برگ برنده
۱۰۹	نکاتی که باید به خاطر بسپارید
۱۱۱	فصل پنجم / پرسش و پاسخ‌های عجیب و غریب
۱۱۳	پمپرز: پرسشی ناگفته
۱۱۵	جابه‌جایی مرز دانسته‌ها

- ۱۱۸ تفاوت پرسش‌های ناگفته و پاسخ‌های نیافتاده در چیست؟
- ۱۱۸ ایجاد تحول با پرسش و پاسخ‌های عجیب و غریب
- ۱۲۰ درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: آفریقای جنوبی
- ۱۲۳ فکرافزارهای پرسش و پاسخ‌های عجیب و غریب
- ۱۳۰ چه ابزارهای دیگری برای آفرینندگی وجود دارد؟
- ۱۳۳ نکاتی که باید به خاطر بسپارید

۱۳۵ فصل ششم / طراحی بازی با چندین برنده

- ۱۳۷ نوو نوردیسک: همکاری مستقیم با ذی‌نفعان برای توسعه بازار
- ۱۴۰ تفکر برنده-برنده در برابر نگاه برنده-بازنده
- ۱۴۳ محرک‌های طراحی و شکل‌گیری بازی با چندین برنده
- ۱۴۴ بازی‌های با چندین برنده در چه گروه‌هایی قرار می‌گیرند؟
- ۱۴۷ مسائل کلیدی در طراحی بازی با چندین برنده
- ۱۴۹ درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: ایتالیا
- ۱۵۱ فکرافزارهای طراحی بازی با چندین برنده
- ۱۵۶ نکاتی که باید به خاطر بسپارید

۱۵۷ فصل هفتم / خاطره‌هایی از آینده

- ۱۵۹ شیل: یک قدم جلوتر از آینده
- ۱۶۲ آینده: رمزآلود و دوست‌داشتنی
- ۱۶۳ چگونه می‌توانیم از آینده خاطره بسازیم؟
- ۱۶۷ خلق دوگانه چیست؟
- ۱۶۸ مواجهه با عدم قطعیت در مدیریت استراتژیک
- ۱۶۹ چگونه از برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو استفاده کنیم؟
- ۱۷۴ درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: شیلی

۱۷۶ فکرافزارهای خاطره‌سازی از آینده

۱۸۲ نکاتی که باید به خاطر بسپارید

۱۸۳ فصل هشتم / گسترش سبب انتخاب‌های آینده

۱۸۵ گوگل: معماری سبدی قدرتمند از انتخاب‌های متنوع

۱۹۰ خطر توقف در دایره محدودیت‌ها

۱۹۲ توسعه معرفتی و شناختی به چه معناست؟

۱۹۴ چگونه می‌توان از دام پارادایم‌های ذهنی رهایی یافت؟

۱۹۶ توسعه قابلیت به چه معناست؟

۱۹۹ درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: هند

۲۰۳ فکرافزارهای گسترش سبب انتخاب‌های آینده

۲۰۶ نکاتی که باید به خاطر بسپارید

۲۰۷ فصل نهم / در جست‌وجوی حلقه‌های مولد

۲۰۹ اپل: رشد بر پایه رشد

۲۱۱ چرخه‌های غیرخطی

۲۱۵ چرخه‌های تقویت‌شونده چه هستند؟

۲۱۵ آثار ناشی از شبکه و حلقه‌های مولد

۲۱۸ قدرت بازار در حلقه‌های مولد به چه معناست؟

۲۲۰ درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: هنگ‌کنگ

۲۲۲ فکرافزار جست‌وجوی حلقه‌های مولد

۲۲۸ نکاتی که باید به خاطر بسپارید

۲۲۹ فصل دهم / سعی و خطای هوشمندانه

۲۳۱ تسلا: شکستن باورهای رایج با ایده‌پردازی‌های مستمر

۲۳۶ شهود و تحلیل هم‌زمان

■ فهرست ■

- ۲۳۹ مفهوم نوآوری چگونه تغییر پیدا کرده است؟
۲۴۱ ویژگی‌های مدیریت موفق سعی وخطا
۲۴۲ چه آسیب‌هایی سعی وخطا را تهدید می‌کند؟
۲۴۵ درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: مکزیک
۲۴۸ فکرافزارهای سعی وخطای هوشمندانه
۲۵۲ نکاتی که باید به خاطر بسپارید

۲۵۵ فصل یازدهم / بازاریابی مرزها و نقش‌ها

- ۲۵۷ آمازون: بازاریابی سیستمی به قدمت تمدن بشری
۲۶۱ شبکه ارزش در برابر زنجیره ارزش
۲۶۵ بازاریابی شبکه ارزش مستلزم چیست؟
۲۶۸ برای بهسازی شبکه ارزش چه در اختیار داریم؟
۲۶۹ برای بازاریابی شبکه ارزش چه در اختیار داریم؟
۲۷۱ درس آموخته‌ای از تفکر استراتژیک در سطح ملی: فنلاند
۲۷۴ فکرافزارهای بازاریابی مرزها و نقش‌ها
۲۸۲ نکاتی که باید به خاطر بسپارید

۲۸۳

واژه‌نامه

۲۸۵

کتابنامه