

فصل ۱- استراتژی و تلاش برای دستیابی به مزیت رقابتی	۱۹
اهمیت مدیریت استراتژیک	۲۰
پاسخ سوال "چگونه می‌خواهیم به آن‌جا برسیم؟"	۲۱
استراتژی رقابتی و مزیت نسبت به رقبا	۲۳
چرا استراتژی یک شرکت به مرور زمان تکامل پیدا می‌کند	۲۶
رابطه بین استراتژی یک شرکت و الگوی کسب و کار آن	۲۸
سه آزمون یک استراتژی موفق	۳۰
نکات کلیدی	۳۱
فصل ۲- رهبری و فرایند مدیریت استراتژیک	۳۳
رهبران سازمان به عنوان کارآفرینان اصلی و سازندگان استراتژی	۳۴
فرایند مدیریت استراتژیک	۳۵
مرحله ۱ از فرایند مدیریت استراتژیک: توسعه یک چشم‌انداز استراتژیک	۳۷
تفاوت چشم‌انداز استراتژیک و بیانیه رسالت	۴۰
اهمیت انتقال چشم‌انداز استراتژیک	۴۲
منافع یک چشم‌انداز استراتژیک اثربخش	۴۲
مرحله ۲ از فرایند مدیریت استراتژیک: تعیین اهداف	۴۳
چه نوع اهدافی تعیین کنیم- نیاز به کارت امتیاز متوازن	۴۳
مرحله ۳ از فرایند مدیریت استراتژیک: تدوین استراتژی‌های سطح سازمان و سطح کسب و کار	۴۵
مرحله ۴ از فرایند مدیریت استراتژیک: به کارگیری و اجرای استراتژی انتخابی	۴۸
مرحله ۵ از فرایند مدیریت استراتژیک: ارزیابی عملکرد و اقدام به تعدیلات اصلاحی	۵۰
هدایت فرایند اجرای استراتژی	۵۱
اداره کردن شرکت: نقش مدیرعامل در فرایند مدیریت استراتژیک	۵۵
نکات کلیدی	۵۶

فصل ۳ - صنعت و تجزیه و تحلیل رقابتی	۶۱
عملکرد شرکت و «محیط کلان»	۶۲
تشخیص محیط صنعت و رقابتی شرکت	۶۳
سوال ۱ مربوط به تجزیه و تحلیل صنعت: ویژگی های اقتصادی حاکم بر صنعت چه هستند؟	۶۴
سوال ۲ مربوط به تجزیه و تحلیل صنعت: قدرت نیروهای رقابتی صنعت چقدر است؟	۶۵
نیروی رقابتی قدرت چانه زنی خریدار و همکاری فروشنده - خریدار	۶۸
نیروی رقابتی کالاهای جایگزین	۷۲
نیروی رقابتی قدرت چانه زنی تأمین کننده و همکاری تأمین کننده - فروشنده	۷۳
نیروی رقابتی تازه واردان بالقوه	۷۸
نیروی رقابتی رقابت بین فروشندگان رقیب	۸۰
مجموعه نقاط قوت پنج نیروی رقابتی و سودآوری صنعت	۸۵
سوال ۳ مربوط به تجزیه و تحلیل صنعت: چه نیروهایی باعث تغییر در صنعت می شوند و چه تاثیری دارند؟	۸۶
مفهوم نیروهای محرک صنعت	۸۷
شناسایی نیروهای محرک یک صنعت	۸۷
تشخیص تاثیر نیروهای محرک صنعت	۹۱
تعیین میزان تغییر مورد نیاز در استراتژی برای آمادگی در مقابل تاثیر نیروهای محرک	۹۲
سوال ۴ مربوط به تجزیه و تحلیل صنعت: جایگاه یابی رقبای صنعت چگونه است؟	۹۳
استفاده از نقشه های گروه استراتژیک برای ارزیابی جایگاه یابی رقبای کلیدی	۹۳
ارزش نقشه های گروه استراتژیک	۹۵
سوال ۵ مربوط به تجزیه و تحلیل صنعت: حرکات استراتژیک احتمالی بعدی رقبا چه خواهد بود؟	۹۷
پیش بینی حرکات رقبای صنعت	۹۷
سوال ۶ مربوط به تجزیه و تحلیل صنعت: عوامل کلیدی موفقیت در صنعت کدام اند؟	۹۹
سوال ۷ مربوط به تجزیه و تحلیل صنعت: آیا صنعت چشم اندازهایی خوب با منافع جذاب ارائه می کند؟	۱۰۲
نکات کلیدی	۱۰۲

فصل ۳ - تجزیه و تحلیل محیط بیرونی: ارزیابی منابع، جایگاه هزینه، و قدرت رقابتی یک شرکت	۱۰۰
سوال ۱ مربوط به تجزیه و تحلیل موقعیت: استراتژی شرکت چه قدر خوب عمل می کند؟	۱۰۱
سوال ۲ مربوط به تجزیه و تحلیل موقعیت: منابع و توانمندی های شرکت کدام اند؟	۱۰۱
شناسایی منابع و توانمندی های رقابتی	۱۰۱
تعیین قدرت رقابتی نقطه قوت یک منبع	۱۰۳
منابع توانمندی ها، و شایستگی یک شرکت به عنوان مبنای مزیت رقابتی	۱۰۵
نقاط قوت و ضعف درون شرکت و فرصت ها و تهدیدات بیرونی آن، چه هستند؟	۱۰۷

۱۱۹	شناسایی نقاط ضعف و کمبودهای رقابتی شرکت
۱۲۰	شناسایی فرصت های بازار یک شرکت
۱۲۰	شناسایی تهدیدهای فراروی سودآوری آتی یک شرکت
۱۲۱	سوال ۳ مربوط به تجزیه و تحلیل موقعیت: جایگاه هزینه و قیمت گذاری شرکت تا چه حد رقابتی است؟
۱۲۲	زنجیره های ارزش شرکت
۱۲۲	استفاده از هزینه یابی مبتنی بر فعالیت به منظور تعیین هزینه عملکرد فعالیت های زنجیره ارزش
۱۲۵	محک زنی هزینه های فعالیت: ابزاری برای تشخیص رقابتی بودن فعالیت های زنجیره ارزش یک شرکت
۱۲۶	سیستم های زنجیره ارزش برای کل یک صنعت
۱۲۷	سوال ۴ مربوط به تجزیه و تحلیل موقعیت: شرکت در مقایسه با رقبای کلیدی، از چه قوت رقابتی برخوردار است؟
۱۳۱	سوال ۵ مربوط به تجزیه و تحلیل موقعیت: مدیریت باید به دنبال حل چه مقولات و مشکلات استراتژیکی باشد؟
۱۳۲	نکات کلیدی
۱۳۷	فصل ۵ - استراتژی رقابتی و مزیت در بازار
۱۳۸	استراتژی های رقابتی و جایگاه یابی صنعتی
۱۴۱	استراتژی های تأمین کننده هزینه پایین
۱۴۲	دستیابی به رهبری هزینه پایین
۱۴۲	شرایط بازار مطلوب استراتژی ارائه هزینه پایین
۱۴۴	خطرهای استراتژی تأمین کننده هزینه پایین
۱۴۴	استراتژی های تمایز گسترده
۱۴۵	رویکردهایی به تمایز
۱۴۶	ایجاد ارزش برای مشتریان از طریق تمایز
۱۴۷	جستجوی فرصت های تمایز
۱۴۸	ارزش درک شده و اهمیت علامت دادن درباره ارزش
۱۴۹	شرایط مناسب استفاده از استراتژی تمایز در بازار
۱۵۰	پیشامدهای بد احتمالی استراتژی تمایز
۱۵۱	استراتژی های متمرکز (یا بازار دنج)
۱۵۲	استراتژی تمرکز از طریق هزینه پایین
۱۵۲	استراتژی تمرکز مبتنی بر تمایز
۱۵۲	شرایطی که باعث موفقیت یک استراتژی تمرکز مبتنی بر روی هزینه پایین یا تمرکز مبتنی بر تمایز می شود
۱۵۵	پیشامدهای بد احتمالی برای یک استراتژی تمرکز مبتنی بر هزینه پایین یا تمرکز مبتنی بر تمایز
۱۵۶	خطر اختیار کردن یک استراتژی «مصالحه ای»

فصل ۶ - دیگر گزینه های مهم استراتژی کسب و کار

۱۶۱

پیوندهای استراتژیک و همکاری های مشارکت جویانه

۱۶۲

نحوه ایجاد نقطه قوت در منابع و شایستگی های محوری

۱۶۵

پیوندهای استراتژیک و همکاری های مشارکت جویانه ناموفق

۱۶۶

خطرهای استراتژیک اتکا به پیوندهایی که به خاطر نقاط قوت منابع کلیدی برقرار شوند

۱۶۶

استراتژی های ادغام و تملک شرکت های دیگر صنعت

۱۶۷

دلایل عدم موفقیت برخی از ادغام ها و تملک ها در دستیابی به نتایج مورد انتظار

۱۶۸

ادغام عمودی: فعالیت در بخش های بیشتری از زنجیره ارزش صنعت

۱۷۰

مزایای استراتژی ادغام عمودی

۱۷۰

معایب استراتژی ادغام عمودی

۱۷۱

ایجاد یک زنجیره تأمین برتر از لحاظ رقابتی بودن

۱۷۲

گزینه های استراتژیک برای بهبود جایگاه شرکت در بازار - استفاده از تهاجمات استراتژیک

۱۷۶

انتخاب مبنای تهاجم رقابتی

۱۷۷

تهاجم به کدام یک از رقبا؟

۱۷۹

استراتژی اقیانوس آبی

۱۸۰

گزینه های استراتژیک حمایت از جایگاه یک شرکت در بازار و مزیت رقابتی آن - استفاده از استراتژی های تدافعی

۱۸۱

ایجاد موانع در برابر چالشگران

۱۸۲

علامت دادن به چالشگران در مورد احتمال اقدامات تلافی جویانه

۱۸۳

زمانبندی اقدامات استراتژیک یک شرکت

۱۸۳

پتانسیل مزیت های آخرین شرکت اقدام کننده بودن یا معایب اولین شرکت اقدام کننده بودن

۱۸۳

تصمیم در مورد زود اقدام کننده یا دیر اقدام کننده بودن

۱۸۵

نکات کلیدی

۱۸۶

فصل ۷ - استراتژی هایی برای رقابت در بازارهای بین المللی

۱۸۹

علت گسترش فعالیت در بازارهای بین المللی

۱۹۱

عوامل شکل دهنده انتخاب استراتژی در بازارهای بین المللی

۱۹۲

تشخیص تفاوت بین کشورها از لحاظ شرایط فرهنگی، جمعیتی، و بازار

۱۹۲

محرك های هزینه ای مبتنی بر مکان

۱۹۳

تأثیرات تغییر نرخ های تبادل ارز

۱۹۵

سیاست های کشور میزبان

۱۹۶

استراتژی های ورود و رقابت در بازارهای خارجی

۱۹۷

استراتژی های صادرات	۱۹۸
استراتژی های اعطای مجوز جامع	۱۹۹
استراتژی های اعطای مجوز محدود	۱۹۹
برقرار کردن عملیات بین المللی: انتخاب بین استراتژی های بومی شده چند کشوری یا یک استراتژی جهانی	۲۰۰
ایجاد توان رقابتی در بازارهای بین المللی: استفاده از پیوندهای استراتژیک و سرمایه گذاری های مشترک بین المللی	۲۰۴
استفاده از عملیات بین المللی برای بهبود کلی رقابتی بودن	۲۱۰
استفاده از مکان برای ایجاد مزیت رقابتی	۲۱۰
استفاده از همکاری های فرامرزی برای ایجاد مزیت رقابتی	۲۱۲
استفاده از مجاری سود و یارانه های فرا بازار برای یک تهاجم استراتژیک	۲۱۳
نکات کلیدی	۲۱۶
فصل ۸ - استراتژی هایی برای مؤسسات دارای کسب و کارهای متعدد	۲۲۱
زمانی که تنوع بخشی کسب و کار مورد توجه قرار می گیرد	۲۲۱
ایجاد ارزش برای سهامداران: تأیید نهایی برای تنوع بخشی کسب و کار	۲۲۵
رویکردهایی برای تنوع بخشی در ترکیب کسب و کار	۲۲۶
تنوع بخشی از طریق تملک یک کسب و کار موجود	۲۲۶
ورود به خط جدید کسب و کار از طریق شروع درونی	۲۲۷
استفاده از سرمایه گذاری های مشترک برای دستیابی به تنوع بخشی	۲۲۷
تعریف استراتژی شرکتی: تنوع بخشی به سوی کسب و کارهای همگون یا ناهمگون	۲۲۸
جذابیت تنوع بخشی همگون	۲۲۹
تنوع بخشی به سوی کسب و کارهای ناهمگون	۲۳۱
تنوع بخشی ناهمگون، رشد درآمد و عواید، و کاهش ریسک	۲۳۲
معایب تنوع بخشی ناهمگون	۲۳۳
استراتژی های شرکتی مرکب از تنوع بخشی همگون و ناهمگون	۲۳۶
ارزیابی استراتژی شرکتی یک شرکت دارای کسب های متنوع	۲۳۶
گام ۱: ارزیابی جذابیت صنعت	۲۳۷
گام ۲: ارزیابی قدرت رقابتی واحد کسب و کار	۲۴۰
گام ۳: تعیین ارزش رقابتی تناسب های استراتژیک در شرکت های دارای چند کسب و کار	۲۴۵
گام ۴: ارزیابی کفایت منابع شرکتی در شرکت های دارای کسب و کارهای متنوع	۲۴۶
گام ۵: رتبه بندی واحدهای کسب و کار و تعیین اولویت برای تخصیص منابع	۲۵۰
گام ۶: تدوین حرکت های استراتژیک جدید برای بهبود عملکرد کلی شرکت	۲۵۱
نکات کلیدی	۲۵۷

فصل ۹- استراتژی های اخلاقی کسب و کار، مسئولیت اجتماعی شرکتی، و پایداری محیطی	۲۶۱
اخلاقیات کسب و کار و وظایف تدوین و به کارگیری استراتژی	۲۶۲
محرك های استراتژی ها و رفتار غیر اخلاقی کسب و کار	۲۶۳
وضعیت کسب و کار با وجود استراتژی های اخلاقی و شیوه های عملیاتی اخلاقی	۲۶۴
حصول اطمینان نسبت به تعهد شدید به اخلاقیات کسب و کار در شرکت های دارای فعالیت های بین المللی	۲۷۱
مسئولیت اجتماعی و شهروندی شرکتی	۲۷۵
پایداری شرکتی و محیط زیست	۲۷۷
وضعیت کسب و کار با وجود رفتار مسئولانه اجتماعی	۲۷۹
نکات کلیدی	۲۸۲
فصل ۱۰- اجرای عالی استراتژی: مسیر دیگری به سوی مزیت رقابتی	۲۸۷
اجزای مدیریتی اصلی فرایند اجرای استراتژی	۲۸۹
ایجاد سازمانی توانمند برای اجرای خوب استراتژی	۲۸۹
سرمایه انسانی و اجرای عالی استراتژی	۲۹۱
ایجاد توانمندی های پویا و شایستگی های محوری	۲۹۳
تطبیق ساختار سازمانی با استراتژی	۲۹۴
تخصیص منابع به فعالیت های مهم استراتژی	۲۹۷
ایجاد سیاست ها و رویه های پشتیبان استراتژی	۲۹۸
تلاش برای بهبود مستمر در فرایندهای داخلی	۳۰۰
نصب سیستم های اطلاعاتی و عملیاتی	۳۰۳
استفاده از پاداش ها و مشوق ها به منظور ارتقاء اجرای بهتر استراتژی	۳۰۴
سیستم های انگیزش و پاداش دهی	۳۰۵
رهنمودهایی برای طراحی سیستم های تشویقی پولی	۳۰۵
پاداش های غیر پولی	۳۰۶
فرهنگ های شرکتی و اجرای عالی استراتژی	۳۰۸
فرهنگ های شرکتی نا سالم	۳۰۹
فرهنگ های دارای عملکرد بالا	۳۱۱
فرهنگ های سازش پذیر	۳۱۲
تغییر دادن یک فرهنگ مشکل دار	۳۱۳
هدایت فرایند اجرای استراتژی	۳۱۸
نکات کلیدی	۳۱۹