

بنام خدا

« فرم طرح درس »

دانشکده: مدیریت و اقتصاد رشته: مدیریت صنایع مبلمان و دکوراسیون گرایش: - مقطع: کارشناسی  
نام درس: مدیریت استراتژیک پیشرفته تعداد واحد نظری: ۳ تعداد واحد عملی: ۰  
عنوان درس پیشنهادی: مبانی سازمان و مدیریت، مدیریت کسب و کار ۳  
نام مدرس: سید نوید نوربخش تمام وقت  نیمه وقت  مدعو  حق التدریس   
محل برگزاری: کلاس  آزمایشگاه

هدف کلی درس: آشنایی دانشجو با متغیرهای استراتژیک در سازمان ها و نحوه سیاست گذاریها، هدف بندی ها، برنامه ریزی ها و تصمیم گیری های استراتژیک در سطح مدیریت سازمان های صنعتی.

رئوس مطالب	
مقدمه	هفته اول
استراتژی؛ مفهوم و انواع آن	هفته دوم
استراتژی و تلاش برای دستیابی به مزیت رقابتی	هفته سوم
فرایند مدیریت استراتژیک	هفته چهارم
صنعت و تحلیل رقابتی	هفته پنجم
تحلیل محیط بیرونی	هفته ششم
استراتژی رقابتی و مزیت در بازار	هفته هفتم
دیگر گزینه های مهم استراتژی کسب و کار	هفته هشتم
استراتژی هایی برای مؤسسات دارای کسب و کارهای متعدد	هفته نهم
اجرای استراتژی	هفته دهم
ابزارهای مورد استفاده در مدیریت استراتژیک (ابزارهای تحلیل محیطی)	هفته یازدهم
ابزارهای مورد استفاده در مدیریت استراتژیک (ابزارهای تعیین موقعیت کلی سازمان)	هفته دوازدهم
ابزارهای مورد استفاده در مدیریت استراتژیک (ابزارهای تعیین و اولویت بندی استراتژی)	هفته سیزدهم
ابزارهای مورد استفاده در مدیریت استراتژیک (ابزارهای مدیریت اجرای استراتژی)	هفته چهاردهم
بررسی دو دیدگاه "استراتژی رقابتی" و "استراتژی اقیانوس آبی"	هفته پانزدهم
جمع بندی مطالب	هفته شانزدهم

توجه: در صورت تغییر مباحث و نحوه تدریس درس در هر نیمسال لازم است فرم مربوطه مجددا توسط استاد محترم تکمیل و جهت به روز رسانی در اختیار آموزش دانشکده و سایت واحد قرار گیرد.

نحوه ارزشیابی فعالیت دانشجو در طی دوره: ۶ نمره براساس آزمون های برگزار شده در طی ترم تحصیلی، ۱۴ نمره آزمون پایان ترم تحصیلی

- ۱- مدیریت استراتژیک: اصول و شیوه های عمل، نویسندگان: آرتور ای. تامپسون و جان ای. گمبل، مترجمان: دکتر محمدعلی عبدالوند و دکتر هاشم نیکومرام، انتشارات مبلغان؛
- ۲- نگاهی جامع به مدیریت استراتژیک: تاریخچه، مدل ها، ابزارها، مکاتب، رویکردها و مفاهیم نوین و نیز اصطلاحات و واژه های رایج، نویسنده: فریبا مرادی، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی؛
- ۳- شناخت مایکل پورتر، نویسنده: جوان ماگرتا (با همکاری مایکل پورتر)، مترجم: فرهاد مهمان پذیر، انتشارات ژرف؛
- ۴- استراتژی اقیانوس آبی: چگونه فضای بازاری بدون مدعی خلق کنیم که در آن رقابت معنایی ندارد، نویسندگان: دلبیو چان کیم و رنه مابورنیا، مترجم: علیرضا پورممتاز، انتشارات آسیا؛
- ۵- دستنامه برنامه ریزی استراتژیک، نویسنده: دکتر سید محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی؛
- ۶- فایل پاورپوینت ارائه شده.