

به نام خداوند جان و خرد

مدیریت راهبردی در سازمان

(دوره کارشناسی حرفه‌ای روابط عمومی - رفتار اجتماعی و افکارسنجی

و کاردانی حرفه‌ای مشاوره حقوقی اصناف)

ویرایش جدید

مؤلف

فاطمه جواهری

تهران

انتشارات ساکو

۱۳۹۵

سرشناسه : جواهری، فاطمه، ۱۳۵۱ -
عنوان و نام پدیدآور : مدیریت راهبردی در سازمان (دوره کارشناسی حرفه‌ای روابط عمومی - رفتار اجتماعی و افکارسنجی و کاردانی حرفه‌ای مشاوره حقوقی اصناف) / مؤلف فاطمه جواهری.
مشخصات نشر : تهران، ساکو ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری : ۱۵۰ ص.: جدول، نمودار.
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۶۲-۷۵-۲-۲
وضعیت فهرست‌نویسی : فیبا
یادداشت : چاپ قبلی: ساکو، ۱۳۹۵، (۱۳۶ص.)
یادداشت : کتابنامه: ص. ۱۴۹.
موضوع : برنامه‌ریزی راهبردی
موضوع : Strategic planning
موضوع : برنامه‌ریزی راهبردی - راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع : Strategic planning - Study and teaching (Higher)
رده‌بندی کنگره : الف ۱۳۹۵ م ۴ ج ۲۸ / HD۳۰
رده‌بندی دیویی : ۱۲ ۶۵۸/۴
شماره کتابشناسی ملی : ۴۰۰۲۰۰۲

تلفن مرکز بخش : ۰۲۱-۶۶۵۷۲۶۹۲-۶، ۴۹۴۸۲۴

www.sasaresaco.ir



انتشارات ساکو

نام کتاب : مدیریت راهبردی در سازمان
مؤلف : فاطمه جواهری
ناشر : ساکو
واژه‌نگار : انتشارات ساکو
طرح جلد : انتشارات ساکو
لیتوگرافی : طلاووس رایانه
چاپخانه : اصلانی
سال نشر : ۱۳۹۵
نوبت چاپ : اول
شمارگان : ۱۰۰۰
قیمت : ۱۲۰۰۰ تومان

ISBN: 978-600-8062-75-2

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۶۲-۷۵-۲-۲

«مسئولیت مطالب کتاب به عهده مؤلف و کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به انتشارات ساکو می‌باشد.»

اخطار! هرگونه کپی و تکثیر از نظر شرعی و قانونی مجاز نمی‌باشد و پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	پیشگفتار

فصل ۱: مدیریت راهبردی و جایگاه آن در سازمان ها

۱۰	پیدایش واژه استراتژی
۱۱	تعریف استراتژی
۱۳	مدیریت استراتژیک
۱۳	فرایند مدیریت استراتژیک
۱۳	برنامه ریزی استراتژیک
۱۴	برنامه ریزی
۱۵	اهمیت مدیریت استراتژیک
۱۵	مزایای مدیریت استراتژیک
۱۶	دام های تصمیم گیری استراتژیک
۱۷	برنامه ریزی استراتژیک و توجه به منحنی محصول
۱۹	استراتژی های مراحل منحنی عمر محصول
۲۱	استراتژی ثبات
۲۱	استراتژی تدافعی
۲۳	استراتژی تنوع
۲۴	سیستم
۲۴	تعریف سیستم
۲۵	انواع سیستم
۲۶	محیط سازمان و تأثیر آن بر استراتژی سازمان
۲۶	محیط داخلی
۲۷	محیط خارجی
۳۱	محیط مطمئن و محیط نامطمئن
۳۳	روابط عمومی ها و محیط سازمانی
۳۴	خودآزمایی فصل اول

فصل ۲: انواع راهبردها یا استراتژی ها

۳۶	انواع راهبردها یا استراتژی ها
۳۶	مدیریت
۳۶	وظایف مدیر
۳۸	آشنایی با برنامه ها (چشم انداز، مأموریت، اهداف، استراتژی)
۴۱	استراتژی یا راهبرد

۴۱	 مدیریت استراتژیک
۴۲	 فرایند مدیریت استراتژیک
۴۲	 سبک‌های مختلف برنامه‌ریزی استراتژی و تعیین استراتژی‌های سازمانی
۴۳	 انواع استراتژی یا راهبردها
۴۴	 برنامه‌ریزی جامع استراتژیک یا راهبردی
۴۴	 برنامه‌ریزی عملیاتی و تفاوت آن با برنامه‌ریزی جامع
۴۵	 داشبورد عملکرد برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری مدیران
۴۶	 روش برنامه‌ریزی SWOT
۴۹	 مدل‌های دیگر برنامه‌ریزی جامع یا استراتژیک در سازمان‌ها
۵۲	 تدوین استراتژی کاس (جامع) مایکل پورتر
۵۶	 استراتژی اقیانوس قرمز و اقیانوس آبی
۵۷	 استراتژی گاو بنفش
۵۸	 برنامه‌ریزی عملیاتی در سازمان‌ها
۵۹	 تکنیک‌های برنامه‌ریزی عملیاتی
۵۹	 برنامه‌ریزی از طریق جدول کارنما
۶۰	 برنامه‌ریزی از طریق روش ارزیابی و بازبینی برنامه (RIP)
۶۲	 استراتژی محیط داخلی سازمان
۶۴	 ارزیابی برنامه‌ریزی‌های استراتژی با استفاده از روش کارت امتیاز متوازن BSC
۶۶	 مدیریت تنوع و تغییر
۶۷	 انواع تغییر
۶۹	 خودآزمایی فصل دوم
	فصل ۳: جایگاه روابط عمومی‌ها در فرایند کلان برنامه‌ریزی سازمان
۷۲	 روابط عمومی
۷۳	 جایگاه روابط عمومی در سازمان
۷۳	 استراتژی سازمان و جایگاه روابط عمومی
۷۴	 جایگاه روابط عمومی در فرایند کلان برنامه‌ریزی سازمان‌ها
۷۶	 سازمان
۷۶	 ساختار سازمان
۷۷	 انواع ساختار سازمانی
۸۱	 نمودار سازمانی
۸۲	 صف و ستاد
۸۳	 رابطه بین ساختار سازمانی و استراتژی سازمان
۸۷	 خودآزمایی فصل سوم

فصل ۴: نظریه‌ها و تئوری‌های مربوط به روابط عمومی‌ها

روابط عمومی	۹۰
نظریه‌ها و تئوری‌های روابط عمومی	۹۰
نظریه‌های مربوط به روابط	۹۱
نظریه‌های شاخشی و رفتاری	۹۳
نظریه ارتباطات اجتماعی	۹۵
خودآزمایی فصل چهارم	۹۸

فصل ۵: توصیف سازمان از منظر مردم، کارکنان و جامعه توسط روابط عمومی‌ها

مقدمه	۱۰۰
روش‌های نمونه‌گیری	۱۰۳
روش‌های جمع‌آوری اطلاعات	۱۰۳
روابط عمومی و نقد سازمانی	۱۰۵
روابط عمومی و جنگ روانی در سازمان	۱۰۷
توصیف سازمان از نظر مردم، کارکنان و جامعه توسط روابط عمومی‌ها	۱۰۸
خودآزمایی فصل پنجم	۱۱۰

فصل ۶: بررسی وضعیت سازمان و مسائل استراتژیک آن

مقدمه	۱۱۲
برنامه‌ریزی استراتژیک روابط عمومی	۱۱۳
مراحل برنامه‌ریزی راهبردی با استراتژیک روابط عمومی‌ها	۱۱۴
قانون یارتو یا قانون ۸۰-۲۰	۱۱۸
قانون یارتو و روابط عمومی‌های سازمان‌ها	۱۱۹
کاربرد ارزیابی عملکرد	۱۲۲
مراحل ارزیابی عملکرد کارکنان بخش روابط عمومی	۱۲۴
ارزیابی بر اساس مدیریت بر مبنای هدف	۱۲۵
انواع ارزیابی در سازمان‌ها	۱۲۷
ارزیابی تصویر ذهنی از سازمان	۱۲۹
خودآزمایی فصل ششم	۱۳۱

فصل ۷: اصول برنامه‌ریزی ارتباطی در روابط عمومی

ارتباطات	۱۳۴
فرایندهای ارتباطات و عناصر ارتباط	۱۳۴
ارتباطات یک جانه و دو جانه در روابط عمومی‌ها	۱۳۵
موانع ارتباطات بین افراد	۱۳۶

۱۳۷	توصیه‌های اقتضایی برای انتخاب رسانه
۱۳۸	برنامه‌ریزی در روابط عمومی‌ها
۱۳۹	تدوین برنامه‌ریزی استراتژیک ارتباطی
۱۳۹	تفکر مهندسی ارتباط
۱۴۰	برنامه‌های ارتباطی روابط عمومی
۱۴۰	تبلیغات محیطی
۱۴۱	انتشارات
۱۴۱	ارتباطات با رسانه‌ها و سازمان‌ها
۱۴۲	نمایشگاه‌ها و نمایش‌ها
۱۴۲	تشریفات
۱۴۳	ارتباطات مردمی
۱۴۴	پروژه‌ها و افتتاحیه‌ها
۱۴۴	هماهنگی جهت حضور در مراسم مردمی و غم پرسنل سازمان
۱۴۵	پژوهش و افکارسنجی
۱۴۵	تفاوت بین روابط عمومی و تبلیغات
۱۴۶	ارتباطات در عصر اطلاعات رایانه‌ای
۱۴۸	خودآزمایی فصل هفتم
۱۴۹	منابع و مآخذ

کلید کنج علوم، ای جوان، دانی چیست

مرور صبحی از کتاب دانیالی است

(فاطمه جواهری)

محیط امروزی سازمان‌ها، محیطی بسیار پویاتر از گذشته می‌باشد، مدیران سازمان‌های امروزی، با داشتن تفکر استراتژیک و در نهایت برنامه‌ریزی استراتژیک، می‌توانند سازمان را با کمترین ریسک‌پذیری به اهدافش برسانند، تفکر راهبردی، دیدگاه آینده‌نگری، شناخت محیط و حضور موفق سازمان را به همراه خواهد داشت، برنامه‌ریزی استراتژیک به سازمان‌ها، برای رسیدن به اهدافشان جهت می‌دهد و این جهت معمولاً دوره زمانی ۵ تا ۱۰ سال همراه است، سازمان‌ها مرتباً محیط اطراف خود را بررسی می‌کنند و با توجه به تحلیل محیط خارجی و امکانات داخلی، برنامه‌ریزی استراتژیک خود را تهیه می‌کنند. برنامه‌ریزی استراتژیک مناسب، نوعی ابزار رقابتی برای موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شود.

در این کتاب سعی شده است اصول و مبانی مدیریت راهبردی در سازمان، منطبق با سرفصل وزارت علوم و دانشگاه علمی - کاربردی نوشته شود.

در فصل اول با مدیریت استراتژیک، مزایای مدیریت استراتژیک، محیط داخلی و خارجی سازمان و استراتژی‌های مناسب در چرخه عمر محصول، آشنا می‌شویم.

در فصل دوم، با چشمانداز، مأموریت، اهداف، برنامه‌ریزی کلان و عملیات، انواع برنامه‌ریزی‌های استراتژیک کلان مانند روش SWOT، استراتژی مایکل پورتر، استراتژی دوره مشاوران بوستون، استراتژی اقیانوس آبی و استراتژی گاو بنفش، جدول کارنما و مدل شبکه‌ای برنامه‌ریزی عملیاتی آشنا می‌شویم.

در فصل سوم، با ساختار سازمانی و انواع آن، صف و ستاد در سازمان و رابطه ساختار سازمان و استراتژی آشنا خواهیم شد.

فصول اول تا سوم کتاب، مطابق سرفصل درس مدیریت راهبردی و استراتژیک، دوره کاردانی حرفه‌ای مشاوره حقوقی اصناف می‌باشد.

از فصل اول تا فصل هفتم، مدیریت راهبردی در سطح کلان و عملیاتی به طور کامل توضیح داده شده است، همچنین برنامه‌ریزی راهبردی بخش روابط عمومی، مطابق سرفصل دانشگاه علمی - کاربردی

به طور کامل بیان شده است که کلیه مطالب فصول یک تا هفت مطابق درس مدیریت راهبردی در سازمان برای دوره کارشناسی حرفه‌ای روابط عمومی - رفتار اجتماعی و افکارسنجی می‌باشد. در نگارش این کتاب سعی شده است، مطالب مربوط به استراتژی سازمان‌ها به طور کامل، گویا و با استفاده از کلمات ساده با توضیحات زیرنویس برای فهم بهتر مطالب، استفاده گردد. امیدوارم این کتاب، بتواند در راستای افزایش سطح علمی خوانندگان، قدم هر چند کوچکی بردارد. در پایان از خوانندگان محترم، اساتید، دانشجویان و علاقه‌مندان به مباحث استراتژی، روابط عمومی و در نهایت علم آموزان عزیز، خواهشمندم، بر نویسنده منت نهاده و هر گونه پیشنهاد، اظهارنظر و ایرادی که در نگارش و مطالب بیان شده این کتاب می‌بینند به آدرس ایمیل اینجانب، ارسال فرمایند تا در چاپ بعدی از نظرات سازنده شما بزرگواران در جهت رفع ایرادات کتاب استفاده نمایم.

با سپاس فراوان

فاطمه جواهری

FatemeH.Javaheri22@gmail.com