



الإدارة الاستراتيجية في بيئة الأعمال

أ.د. عبد المطلب عبد الحميد

الشركة العربية المتحدة

المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
❖ المقدمة	13

الفصل الأول

مفاهيم أساسية

حول الإدارة الاستراتيجية	15
أولاً : تعريف الإدارة الاستراتيجية	17
ثانياً : المستويات الثلاثة للاستراتيجية	18
ثالثاً : مكونات الإدارة الاستراتيجية	19
رابعاً : التكيف الاستراتيجي	21
خامساً : إرهاصات الإدارة الاستراتيجية	21
سادساً : نتائج مذهب الإدارة الاستراتيجية	23
سابعاً : من المسؤول عن الإدارة الاستراتيجية ؟	25

الفصل الثاني

الإدارة الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي

وتطوير أداء المنظمات والشركات	27
أولاً : مفهوم التخطيط الاستراتيجي	29

الفصل الرابع

دور الإدارة الاستراتيجية في جودة أداء

- 75 منظمات الأعمال العربية
- 79 أولاً : الإدارة الاستراتيجية بين المفهوم والأهمية
- 89 ثانياً : التنافسية بين المفهوم والميزة
- 110 ثالثاً : دور الشركات متعددة الجنسيات والبنك الدولي في الميزة التنافسية

الفصل الخامس

الشركات متعددة الجنسيات وتأثيرها على

- 133 النظام الاقتصادي العالمي الجديد
- 135 أولاً : التعريف بالشركات متعددة الجنسيات
- 138 ثانياً : خصائص الشركات متعددة الجنسيات
- ثالثاً : تأثير الشركات متعددة الجنسيات على النظام الاقتصادي العالمي الجديد
- 151

الفصل السادس

مقاييس الإدارة الاستراتيجية

- 163 في المنظمات دولية النشاط
- 167 أولاً : تمكين عامل المعرفة
- 167 ثانياً : التغيرات العالمية المزلزلة
- 169 ثالثاً : الإدارة الاستراتيجية منظور جديد

- ثانياً : أهمية التخطيط الاستراتيجي 30
- ثالثاً : مكونات التخطيط الاستراتيجي 32
- رابعاً : مستويات التخطيط الاستراتيجي 33
- خامساً : خطوات التخطيط الاستراتيجي 34
- سادساً : مقومات التخطيط الاستراتيجي 36
- سابعاً : معوقات التخطيط الاستراتيجي 46
- ثامناً : الرقابة التقويمية كأداة أساسية في التخطيط الاستراتيجي 47

الفصل السابع

الإدارة الاستراتيجية، المقومات والمعوقات

بالتطبيق على عينة من البلدان العربية

والدول الأفريقية

- 51 أولاً : خطوات الإدارة الاستراتيجية
- 54 ثانياً : أهمية الإدارة الاستراتيجية
- 54 ثالثاً : أهمية دراسة السوق عند وضع الاستراتيجية
- 55 رابعاً : العوامل التي تحد من فعالية الإدارة الاستراتيجية لدى المنظمات العربية
- 56 خامساً : خصائص البيئة التي تعمل من خلالها منظمات الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
- 57 سادساً : تحديد الوضع التنافسي للشركات العربية في ظل المؤشرات العامة ... 58

الموضوع

رقم الصفحة

- رابعاً : رسالة المنظمة التي تؤدي إلى التمكين 175
خامساً : لا أرباح لا رسالة 177

الفصل الثاني

استراتيجية ستة سيجما

Six Sigma Strategy

- 181 أولاً : ماذا تعني ستة سيجما
183 ثانياً : لماذا تطبق الشركات ستة سيجما
185 ثالثاً : ستة سيجما ومصفوفة تطور علمية إدارة الجودة
186 رابعاً : كيف تقيس بمستوى سيجما
188 خامساً : أسس الـ SS
195 سادساً : الأسلوب التقليدي لـ SS
197 سابعاً : أسلوب الاكتشافات الجديدة لـ SS
198 ثامناً : مقاييس الـ SS
205 تاسعاً : تحديات تطبيق Six Sigma
218 عاشر : معوقات تطبيق ستة سيجما في المنظمات العربية
220 حادي عشر : مقترحات تطبيق استراتيجية ستة سيجما في المؤسسات العربية بفعالية
222

الفصل الثالث

آليات العمل بالمنظمات لتطوير أداء الأعمال

- 227 من خلال استراتيجية الأعمال الالكترونية
230 أولاً : تعريف الأعمال الالكترونية

الموضوع

رقم الصفحة

- 231 ثانياً : استراتيجية الأعمال الالكترونية
..... ثالثاً : تطوير وتحديث نظام أعمال الكترونية لتحسين ربحية
232 قرارات الاستثمار
233 رابعاً : نظرة على تطبيق استراتيجية الأعمال الالكترونية
234 خامساً : التخطيط الاستراتيجي للأعمال الالكترونية
237 سادساً : إدارة استراتيجيات الأعمال الالكترونية
238 سابعاً : عوامل النجاح الحرجة للأعمال الالكترونية
240 ثامناً : تحليل سوات للأعمال الالكترونية
242 تاسعاً : القوى الدافعة للأعمال الالكترونية
242 عاشر : تأثير الأعمال الالكترونية
243 حادي عشر : بيئة الأعمال الالكترونية
243 ثاني عشر : العوامل المؤثرة على استراتيجية الأعمال الالكترونية
244 ثالث عشر : تنظيم المنظمة لزيادة قيمة الأعمال الالكترونية
244 رابع عشر : التطوير في اتصالات الأعمال الالكترونية
255 ** قائمة المراجع