

الإدارة الاستراتيجية

الأستاذ الدكتور
عيسى حيرش

المحتويات

الصفحة

الموضوع

13

مقدمة

15

محتوى الكتاب

الجزء الأول

التشخيص الإستراتيجي

21

الفصل الأول : حول الإستراتيجية

21

1- حول تعريف الإستراتيجية وخصائصها

25

2- بعض الالتباس في مجال الإستراتيجية

28

3- الميزة التنافسية

29

4- الأبعاد الأساسية للإستراتيجية

31

5- منطلقات الإستراتيجية

32

6- المراحل الكبرى لوضع الإستراتيجية

33

أسئلة واختبار معارف

36

أعمال موجهة

37

دراسة حالة رقم 1: المكسيكي يقوم بثورة

39

مراجع الفصل الأول

41

الفصل الثاني: التشخيص الإستراتيجي

41

1- مضمون التشخيص الإستراتيجي

42

2- التشخيص الإستراتيجي للبيئة

53

3- تشخيص القدرات الإستراتيجية

63

4- التحليل SWOT

68

أسئلة واختبار معارف

73

أعمال موجهة

74	دراسة حالة رقم 2: من الغرب إلى تونس
76	مراجع الفصل الثاني
77	الفصل الثالث: أخلاقيات الأعمال وأصحاب المصالح
79	1- أخلاقيات الأعمال
81	2- نظرية أصحاب المصالح والتحليل الإستراتيجي
95	أسئلة واختبار معارف
99	أعمال موجهة
100	مراجع الفصل

الجزء الثاني

التحليل الإستراتيجي وأدواته

105	الفصل الرابع: مصطلحات أساسية في التحليل الإستراتيجي
105	1- دورة حياة المنتج:
109	2- أثر التجربة (منحنى التجربة)
111	3- حصة المؤسسة من السوق
113	أسئلة واختبار معارف
115	مراجع الفصل
117	الفصل الخامس: التجزئة الإستراتيجية
117	1- تعريف التجزئة الإستراتيجية
118	2- أبعاد التجزئة الإستراتيجية
120	3- أهمية التجزئة الإستراتيجية
121	4- معايير التجزئة الإستراتيجية
122	5- التحليل التنافسي لمجالات النشاط الإستراتيجي
124	أسئلة واختبار معارف

127	أعمال موجهة
128	مراجع الفصل
129	الفصل السادس: نموذج BCG
129	1- نموذج BCG الأول أو (BCG1)
143	2- نموذج BCG الثاني أو BCG2
145	أسئلة واختبار معارف
148	أعمال موجهة
149	مراجع الفصل
151	الفصل السابع: نموذج A D L
152	1- نضج القطاع
153	2- استعمال نموذج A.D.L
160	3- محفظة النشاط
162	أسئلة واختبار معارف
164	أعمال موجهة
165	دراسة حالة رقم 3: قصة معركة حول حصص السوق
167	مراجع الفصل
169	الفصل الثامن: نموذج Mac Kinsey
170	1- نموذج "المكانة التنافسية / قيمة قطاع النشاط"
171	2- نموذج "المكانة التنافسية/ جاذبية الصناعة"
172	3- نموذج جاذبات السوق/ قوى المجال الإستراتيجي
173	4- محفظة النشاط
175	5- مزايا وعيوب نموذج Mac Kinsey
177	أسئلة واختبار معارف

179	أعمال موجهة
180	مراجع الفصل
	الجزء الثالث
	إستراتيجيات النشاط وإستراتيجيات المؤسسة
185	الفصل التاسع : إستراتيجيات التخصص
186	1-التخصص حسب نموذج Porter
189	2-نموذج الساعة الإستراتيجية
194	أسئلة واختبار معارف
197	أعمال موجهة
198	دراسة حالة رقم 4 : قطاع النسيج الفرنسي : الإبداع الواقعي
200	مراجع الفصل
201	الفصل العاشر: إستراتيجيات المؤسسة
201	1-نموذج Ansoff
204	2-إستراتيجيات التنويع
205	3-أنواع التنويع
212	4-طبيعة التنويع
213	أسئلة واختبار معارف
216	أعمال موجهة
217	دراسة حالة رقم 5 : عودة Citroën
219	دراسة حالة رقم 6: Beretta من البندقية إلى الملابس
221	دراسة حالة رقم 7 : Sarkozy والتبعية للزبائن
223	مراجع الفصل

الصفحة	الموضوع
225	الفصل الحادي عشر: نمو المؤسسات
227	1-النمو الداخلي (النمو العضوي)
230	2-النمو الخارجي (إدماج، اقتناء، تنازل)
235	3-أشكال النمو الخارجي
235	3.1- الإندماج والحياسة (Mergers and Acquisitions)
237	3.2- التعاون أو النمو المتقاسم
238	3.2.1- إستراتيجيات التحالف
243	3.3- إستراتيجيات الشراكة
245	أسئلة واختبار معارف
252	دراسة حالة رقم 8: Volkswagen و Ford قصة آخر طلاق
258	مراجع الفصل
259	مراجع الكتاب