

تقدیم بہ دو استاد بصیر و دانشمند
دکتر بہمن حاجی پور و دکتر حسن دانایی فرد

فهرست اجمالی

۱.....	سخن ناشران.....
۵.....	پیشگفتار نویسنده.....
۲۹.....	بخش اول: کلیات.....
۳۱.....	فصل اول: مفاهیم و الگوهای مدیریت راهبردی.....
۱۰۱.....	بخش دوم: تحلیل محیط راهبردی ملی و بین‌المللی.....
۱۰۹.....	فصل دوم: تلاطم محیطی و محیط کلان ملی و بین‌المللی.....
۱۵۳.....	فصل سوم: محیط صنعت و بخش‌ها.....
۲۱۹.....	فصل چهارم: تحلیل رقیبان، بازار و مشتریان.....
۲۴۳.....	فصل پنجم: ره‌آوردها و راهبردهای تحلیل محیط.....
۲۵۷.....	بخش سوم: منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌های ملی.....
۲۶۷.....	فصل ششم: تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها.....
۳۱۷.....	فصل هفتم: توسعه منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها.....
۳۶۷.....	فصل هشتم: زنجیره ارزش سازمان، صنعت و ملی.....
۳۸۹.....	فصل نهم: ره‌آوردهای تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها.....
۴۰۳.....	فصل دهم: مسائل و تصمیم‌های راهبردی.....
۴۲۷.....	بخش چهارم: چشم‌انداز راهبردی و بیانیه مأموریت.....

ب □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

۴۳۳.....	فصل یازدهم: چشم‌انداز راهبردی و مأموریت
۴۶۱.....	بخش پنجم: توسعه و اجرای راهبردهای ملی و بین‌المللی جهاد اقتصادی
۴۶۹.....	فصل دوازدهم: سطوح سیاست‌ها و راهبردهای جهاد اقتصادی
۵۰۵.....	ضمیمه‌ها
۵۰۷.....	ضمیمه اول: سیر مطالعاتی و مآخذشناسی مدیریت راهبردی
	ضمیمه دوم: مورد مطالعه: سیاست‌ها و راهبردهای نظام بانکناری ایران برای تحقق
۵۴۵.....	اهداف جهاد اقتصادی
۵۴۹.....	ضمیمه سوم: موضوع‌هایی برای پژوهش‌های بیشتر
۵۵۷.....	فهرست منابع و مآخذ
۵۶۳.....	نمایه

فهرست تفصیلی

۱.....	سخن ناشران
۵.....	پیشگفتار نویسنده
۵.....	سپاس از خالق بی‌همتا
۶.....	مقدمه
۱۲.....	سند راهبردی کتاب
۱۳.....	چارچوب کتاب
۱۵.....	فرایند توسعه و اجرای راهبردهای جهاد اقتصادی
۱۷.....	بخش اول: مفاهیم و نظریه‌های مدیریت راهبردی و راهبرد
۱۸.....	بخش دوم: تحلیل محیط راهبردی ملی و بین‌المللی جهاد اقتصادی
۱۹.....	بخش سوم: تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌های ملی و سازمانی
۲۰.....	بخش چهارم: چشم‌انداز راهبردی و بیانیه مأموریت
۲۰.....	بخش پنجم: توسعه و اجرای راهبردهای ملی و بین‌المللی
۲۰.....	چارچوب هر یک از فصل‌های کتاب
۲۱.....	ره‌آوردها و اهداف یادگیری
۲۱.....	متن اصلی پژوهش
۲۲.....	خلاصه اجرایی
۲۳.....	واژگان کلیدی
۲۳.....	ضمیمه‌ها

د □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

ضمیمه اول: کتاب‌شناسی و مآخذ شناسی مدیریت راهبردی و راهبرد ۲۳
ضمیمه دوم: مورد مطالعه راهبردها و سیاست‌های نظام بانکی ۲۴
ضمیمه سوم: موضوع‌هایی برای پژوهش‌های بیشتر ۲۴
سیاسگزاری ۲۴
سخنی با خوانندگان ۲۸

بخش اول: کلیات ۲۹

فصل اول: مفاهیم و الگوهای مدیریت راهبردی ۳۱

ره‌آوردها و اهداف یادگیری ۳۱
مقدمه ۳۲
۱. سیر تکامل راهبرد و مدیریت راهبردی ۳۴
۱-۱. مدیریت عمومی و راهبرد ۳۵
۱-۲. برنامه‌ریزی سازمان ۳۷
۱-۲-۱. خلأهای شعور متعارف و برنامه‌ریزی سازمان ۳۸
۱-۳. گروه مشاوران بوستن و مک کینزی ۳۹
۱-۴. نظریه مبتنی بر محیط (بازار) ۴۰
۱-۴-۱. انتقادات سازنده به اندیشه‌های پورتر ۴۲
اول، تمرکز بر محیط و محصول ۴۲
دوم، تمرکز بر فرایند تجویزی و راهبردهای تعددی ۴۲
سوم، تمرکز بر مزیت رقابتی حاصل از صنعت و عدم توجه به مکمل‌ها ۴۳
چهارم، انتقاد به ماهیت نیروهای پنج‌گانه ۴۳
پنجم، تمرکز بر شدت رقابت بین رقیبان در محور نیروها ۴۳
۱-۵. نظریه مبتنی بر منابع ۴۳
۱-۵-۱. نقدهای نظریه مبتنی بر منابع ۴۶
اول، عدم توجه کافی به نقش دانش در مزیت رقابتی ۴۶
دوم، تمرکز بر شناخت منابع به جای ترکیب و توسعه آن‌ها ۴۶
۱-۶. رویکرد فرایندی راهبرد ۴۷
۱-۷. نظریه قابلیت‌های پویا ۴۸
۱-۸. شبکه ارزش و هم‌رقابتی ۴۹

فهرست تفصیلی □ ه

۴۹	۱-۹. پویایی رقابتی
۵۰	۱-۱۰. مدل دلتا
۵۰	۱-۱۱. نظریه مبتنی بر دانش
۵۱	۱-۱۲. شایستگی‌های محوری سازمان
۵۳	۱-۱۳. سایر نظریه‌ها
۵۴	۲. مکاتب راهبرد
۵۵	۲-۱. مکاتب از دیدگاه مینزبرگ
۵۸	۲-۱-۱. فواید تحلیل مکاتب در تحلیل راهبردهای جهاد اقتصادی
۵۸	۳. مبانی نظری و فلسفی راهبرد
۵۹	۴. مفهوم راهبرد و مدیریت راهبردی در عرصه‌های جهاد اقتصادی
۶۰	۴-۱. تعاریف پنج‌گانه راهبرد
۶۰	۴-۱-۱. راهبرد به عنوان الگوی اقدامات
۶۲	۴-۱-۲. راهبرد به عنوان برنامه قصد شده
۶۳	۴-۱-۳. راهبرد به عنوان موقعیت
۶۵	۴-۱-۴. راهبرد به عنوان دورنما
۶۶	۴-۱-۵. راهبرد به عنوان مانور
۶۷	۴-۲. راهبردهای تعمّدی و نوظهور
۷۰	۴-۳. فرایند شکل‌گیری راهبردی
۷۱	۴-۳-۱. برنامه‌ریزی راهبردی
۷۲	۴-۳-۲. بینش راهبردی و نظریه کسب‌وکار
۷۲	۴-۳-۳. خطرپذیری راهبردی و خطرپذیری داخلی سازمان
۷۲	۴-۳-۴. یادگیری راهبردی و معنابخشی سازمانی
۷۳	۴-۴. لنزهای راهبرد
۷۴	۴-۴-۱. راهبرد به عنوان طراحی
۷۵	اول، تحلیل نظام‌مند
۷۵	دوم، موقعیت‌یابی راهبردی
۷۵	سوم، اهداف
۷۵	چهارم، ارزیابی گزینه‌های راهبردی بر اساس اهداف
۷۶	۴-۴-۲. راهبرد به عنوان تجربه

و □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

۳-۴-۴	راهبرد به عنوان ایده‌ها	۷۷
۴-۴-۴	راهبرد به عنوان گفتمان	۷۷
۴-۵	ابزارهای چندگانه راهبرد	۷۸
۴-۵-۱	راهبرد به عنوان پشتیبان تصمیم	۷۸
۴-۵-۲	راهبرد به عنوان ابزار هماهنگ‌کننده	۷۹
۴-۵-۳	راهبرد به عنوان هدف پیش‌بینی‌شده	۷۹
۵	آسیب‌های راهبرد و مدیریت راهبردی در ایران	۸۰
۵-۱	لزوم انتشار مجلات تخصصی راهبرد	۸۰
۵-۲	انتشار کم دانش راهبرد و مدیریت راهبردی در وب	۸۱
۵-۳	قصور و تقصیر راهبرداشناسان ملی و سازمانی	۸۲
۵-۴	بی‌توجهی به آثار مدیریت راهبردی با خواص فعال و مؤثر	۸۳
۵-۵	یقین و گمان به مطالعات نسبی	۸۴
۵-۶	جدایی مستمر اجرا و کنترل از تدوین راهبردها	۸۵
۵-۷	بی‌توجهی به دانش و تجربه انباشته کارکنان و سایر مدیران	۸۶
۵-۸	یکسونگری در شناخت راهبردها	۸۷
۵-۹	موج راهبرد نویسی و کج‌فهمی‌های راهبردی راهبرد	۸۷
۵-۱۰	تصمیم‌های خلق‌الساعه و جابه‌جایی مدیران	۸۸
۵-۱۱	جزیره جزیره بودن راهبردها به جای انسجام و شبکه‌های راهبردی	۸۸
۵-۱۲	توجه به طلای نادر زمان در مطالعات راهبردی	۸۹
۶	خلاصه اجرایی	۹۰
۷	واژگان کلیدی	۹۴
۸	سوالات و تمرین‌های کاربردی	۹۸
۱۰۱	بخش دوم: تحلیل محیط راهبردی ملی و بین‌المللی	
۱۰۳	مقدمه	
۱۰۹	فصل دوم: تلاطم محیطی و محیط کلان ملی و بین‌المللی	
۱۰۹	ره آوردها و اهداف یادگیری	
۱۱۰	مقدمه	

فهرست تفصیلی □ ز

۱۱۳.....	۱. تلاطم محیط ملی و بین‌المللی جهاد اقتصادی
۱۱۴.....	۱-۱. سنجش‌های تحلیل تلاطم محیطی
۱۱۴.....	۱-۱-۱. تغییرپذیری محیط
۱۱۶.....	۱-۱-۲. قابلیت پیش‌بینی
۱۱۷.....	۱-۲. تلاطم‌های محیطی
۱۱۷.....	۱-۲-۱. تلاطم تکرارشونده
۱۱۸.....	۱-۲-۲. تلاطم در حال گسترش
۱۱۸.....	۱-۲-۳. تلاطم در حال تغییر
۱۱۹.....	۱-۲-۴. تلاطم گسسته
۱۱۹.....	۱-۲-۵. تلاطم غافلگیرکننده
۱۲۲.....	۲. محیط کلان ملی و بین‌المللی در عرصه جهاد اقتصادی
۱۲۲.....	۲-۱. عوامل کلان اقتصادی-مالی
۱۲۷.....	۲-۲. عوامل کلان فرهنگی-اجتماعی
۱۳۰.....	۲-۳. عوامل کلان زیست‌محیطی
۱۳۳.....	۲-۴. عوامل کلان سیاسی-قانونی
۱۳۳.....	۲-۴-۱. خرید کالا و خدمات از طرف دولت
۱۳۳.....	۲-۴-۲. تهدیدها و تحریم‌ها
۱۳۴.....	۲-۵. عوامل کلان علمی-فناوری
۱۳۷.....	۲-۵-۱. جهاد مغزافزایی
۱۳۷.....	۲-۵-۲. جهاد نرم‌افزایی
۱۳۹.....	۲-۵-۳. جهاد سخت‌افزایی
۱۳۹.....	۲-۵-۴. رویه‌های تحقق جهاد علمی-فناوری
۱۳۹.....	۲-۶. عوامل جهانی-بین‌المللی
۱۴۱.....	۳. پیش‌بینی محیطی و سناریوپردازی
۱۴۲.....	۳-۱. سناریوپردازی و سناریوشناسی
۱۴۳.....	۴. خلاصه اجرایی
۱۴۱.....	۵. واژگان کلیدی پژوهش
۱۵۱.....	۶. سؤالات و تمرین‌های کاربردی

۱۵۳.....	فصل سوّم: محیط صنعت و بخش‌ها
۱۵۳.....	ره‌آورها و اهداف یادگیری
۱۵۴.....	مقدمه
۱۵۹.....	۱. تحلیل رقابت در صنعت و بخش‌ها
۱۵۹.....	۱-۱. تحلیل رقابت: چارچوب نیروهای پنج‌گانه
۱۶۳.....	۱-۱-۱. محصولات و خدمات جایگزین
۱۶۴.....	اول، توسعه فناوری‌های محصول
۱۶۴.....	دوّم، بهبود مستمر و تدریجی محصولات
۱۶۵.....	سوّم، بهره‌برداری از فنون آمیخته بازاریابی
۱۶۵.....	۱-۱-۲. ورود رقیبان خارجی و داخلی به صنعت
۱۶۵.....	اول، صرفه‌جویی به مقیاس
۱۶۶.....	دوّم، نیازمندی‌های سرمایه‌ای
۱۶۶.....	سوّم، تمایز در محصولات و خدمات
۱۶۶.....	چهارم، هزینه‌های بالا
۱۶۷.....	پنجم، دسترسی به کانال‌های توزیع
۱۶۷.....	ششم، منابع غیر قابل تقلید
۱۶۷.....	هفتم، سیاست‌های دولت
۱۶۸.....	۱-۱-۳. تأمین‌کنندگان مواد اولیه
۱۶۹.....	اول، تعداد کم تأمین‌کنندگان
۱۶۹.....	دوّم، عدم وجود جایگزین برای کالاهای تأمین‌کنندگان
۱۷۰.....	سوّم، عدم فروش همه محصولات به صنعت
۱۷۰.....	چهارم، تأمین‌کنندگان مشتریان دائمی‌اند
۱۷۰.....	پنجم، تأمین‌کنندگان محصولات خود را متمایز کرده‌اند
۱۷۰.....	ششم، مزیت اطلاعاتی تأمین‌کنندگان
۱۷۱.....	۱-۱-۴. رقیبان فعال در صنعت و بخش‌ها
۱۷۱.....	اول، تعداد زیاد رقیبان در صنعت
۱۷۲.....	دوّم، رشد آهسته صنعت
۱۷۲.....	سوّم، عدم تمایز در محصولات موجود در صنعت

فهرست تفصیلی □ ط

چهارم، وجود هزینه‌های ثابت بالا	۱۷۳
پنجم، وجود موانع خروج بالا	۱۷۳
۱-۱-۵. مشتریان و خریداران	۱۷۳
اول، تعداد محدود مشتریان	۱۷۳
دوم، خرید مشتریان در حجم زیاد	۱۷۴
سوم، عدم تمایز در محصولات خریداری شده	۱۷۴
چهارم، هزینه‌های خرید مشتریان	۱۷۴
پنجم، اجرای راهبرد ادغام رو به پایین از طرف مشتریان	۱۷۴
ششم، کسب اطلاعات دقیق از عرضه و فروش کالا	۱۷۴
هفتم، تغییر خرید از یک فروشنده به فروشنده دیگر	۱۷۵
۱-۲. پویایی رقابتی و ساختار صنعت	۱۷۵
۱-۲-۱. چرخه عمر صنایع و بخش‌ها	۱۷۷
اول، مرحله توسعه	۱۷۸
دوم، مرحله رشد	۱۷۹
سوم، مرحله شک	۱۷۹
چهارم، مرحله بلوغ	۱۷۹
پنجم، مرحله افول	۱۸۰
۱-۲-۲. چرخه‌های رقابتی	۱۸۱
۱-۲-۳. ابررقابت	۱۸۵
۱-۲-۴. تحلیل تطبیقی ساختارهای رقابتی در یک یا چند صنعت	۱۸۶
اول، تحلیل تطبیقی ساختار صنعت	۱۸۶
دوم، تحلیل تطبیقی ساختار صنایع	۱۸۹
۲. تحلیل همکاری و هم‌رقابتی در صنعت و بخش‌ها	۱۸۹
۲-۱. الگوی چهارگانه روابط در تحلیل محیط	۱۹۰
۲-۱-۱. شبکه و روابط همکاری‌های غیررسمی	۱۹۱
۲-۱-۲. شبکه و روابط همکاری‌های رسمی	۱۹۳
۲-۱-۳. مکمل‌ها	۱۹۴
۲-۱-۴. همکاری در بین صنایع یک بخش	۱۹۵
۲-۱-۵. شبکه‌ها و روابط با دولت	۱۹۷

ی □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

- ۲-۲. شبکه ارزش ۱۹۷
- ۲-۳. الگوی منابع پنج‌گانه منفعت مشترک ۱۹۹
- ۲-۳-۱. همکاری بین مشارکت‌کنندگان صنعت ۲۰۰
- اول، همکاری در بازار فعالیت ۲۰۰
- دوم، بهبود موقعیت صنعت در برابر کالاهای جایگزین ۲۰۱
- سوم، راه‌اندازی انجمن‌های تجاری ۲۰۱
- چهارم، تقسیم بازارها بین مشارکت‌کنندگان ۲۰۲
- ۲-۳-۲. همکاری با تأمین‌کنندگان منابع ۲۰۲
- اول، همکاری در خلق محصول جدید ۲۰۲
- دوم، همکاری در تحقیق و توسعه محصول ۲۰۳
- سوم، حمایت مالی از تأمین‌کنندگان ۲۰۳
- چهارم، استانداردسازی محصولات ۲۰۳
- پنجم، طراحی سیستم‌های بین‌سازمانی ۲۰۴
- ۲-۳-۳. همکاری با مشتریان و خدمت‌گیرندگان ۲۰۴
- اول، همکاری با واسطه‌خرد ۲۰۴
- ۲-۳-۴. همکاری با تولیدکنندگان محصولات جایگزین ۲۰۵
- ۲-۴-۵. همکاری با واردشوندگان جدید ۲۰۵
- اول، اتحادهای راهبردی با عرضه‌کنندگان محصولات جایگزین ۲۰۵
- دوم، بیشینه‌سازی همکاری و کمینه‌سازی رقابت ۲۰۶
۳. آمایش سرزمین ۲۰۷
- خلاصه اجرایی ۲۱۲
- واژگان کلیدی ۲۱۵
- سؤالات و تمرین‌های کاربردی ۲۱۷
- فصل چهارم: تحلیل رقیبان، بازار و مشتریان ۲۱۹**
- ردآوردها و اهداف یادگیری ۲۱۹
- مقدمه ۲۱۹
۱. تحلیل گروه‌های راهبردی و رقیب ۲۲۱
- ۱-۱. گروه‌های راهبردی ۲۲۱

فهرست تفصیلی □ ک

۲۲۲	۱-۱-۱. شناخت رقابت
۲۲۳	۱-۱-۲. تحلیل فرصت‌های راهبردی
۲۲۳	۱-۱-۳. تحلیل موانع جابه‌جایی
۲۲۴	۱-۲. تحلیل رقیب
۲۲۶	۲. تحلیل بازارها و مشتریان
۲۲۸	۲-۱. تحلیل مشتریان
۲۲۸	۲-۱-۱. راهبردهای مشتری محوری
۲۲۹	۲-۱-۲. شرح‌نامه مشتریان
۲۲۹	اول، مشتریان داخلی
۲۳۱	دوم، مشتریان صنعتی
۲۳۱	سوم، شهروندان بخش عمومی
۲۳۱	چهارم، مشتریان بخش‌های غیرانتفاعی و سازمان‌های خیریه
۲۳۲	۲-۲. راهبردهای چرخه عمر محصول
۲۳۴	۲-۳. بخش‌بندی بازار و رهنمودهای راهبردی آن
۲۳۵	۲-۳-۱. اصول بازار در تحلیل راهبردها
۲۳۵	اول، تعریف و اندازه بازار
۲۳۵	دوم، رشد بازار
۲۳۶	سوم، سهم بازار
۲۳۶	۲-۳-۲. بخش‌بندی و موقعیت‌یابی بازار
۲۳۷	خلاصه اجرایی
۲۳۹	واژگان کلیدی
۲۴۰	سوالات و تمرین‌های کاربردی
۲۴۳	فصل پنجم: راه‌آوردها و راهبردهای تحلیل محیط
۲۴۳	راه‌آوردها و اهداف یادگیری
۲۴۳	مقدمه
۲۴۶	۱. شناخت فرصت‌ها و تهدیدات محیطی
۲۴۷	۲. عوامل حیاتی موفقیت
۲۴۸	۲-۱. عوامل حیاتی موفقیت و چرخه عمر صنعت

ل □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

۳. شاخص‌های پایش و اندازه‌گیری جهاد اقتصادی ۲۴۹
خلاصه اجرایی ۲۵۲
واژگان کلیدی ۲۵۴
سوالات و تمرین‌های کاربردی ۲۵۴

بخش سوم: منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌های ملی ۲۵۷

مقدمه ۲۵۹
۱. چارچوب تحلیلی منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها ۲۶۶

فصل ششم: تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها ۲۶۷

ره‌آوردها و اهداف یادگیری ۲۶۷
مقدمه ۲۶۸
۱. پایه‌گذاری راهبرد بر اساس منابع و قابلیت‌ها ۲۶۹
۲. تحلیل منابع ۲۷۱
۲-۱. منابع مشهود ۲۷۲
۲-۲. منابع نامشهود ۲۷۴
۳. قابلیت‌ها ۲۷۵
۴. شایستگی‌های محوری ۲۷۸
۵. منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها ۲۷۹
۶. نقش راهبرد ۲۷۹
۷. شایستگی‌های محوری عمومی ۲۸۱
۸. عناصر هفت‌گانه منابع و قابلیت‌ها ۲۸۳
۸-۱. منابع موجود و اکتسابی ۲۸۴
۸-۲. قابلیت نوآورانه ۲۸۵
۸-۳. قابلیت رقابتی ۲۸۶
۸-۴. قابلیت جایگزینی ۲۸۶
۸-۵. قابلیت تناسب ۲۸۶
۸-۶. قابلیت دوام ۲۸۷
۸-۷. قابلیت تقلید ۲۸۸

فهرست تفصیلی □ م

۲۸۸.....	۱-۸-۷. زمان
۲۸۹.....	۲-۸-۷. تقلید از منابع
۲۹۰.....	۳-۸-۷. تقلید از قابلیت‌ها
۲۹۰.....	۴-۸-۷. بی‌همتایی منابع
۲۹۰.....	۵-۸-۷. ابهام علیّی
۲۹۱.....	۶-۸-۷. بازدارندگی سرمایه‌گذاری
۲۹۱.....	۹. سلسله مراتب تحلیل منابع
۲۹۳.....	۱۰. چارچوب VRIO: مکانیزمی برای آزمون قابلیت‌ها و منابع
۲۹۶.....	۱-۱۰. ارزشمندی منابع و قابلیت‌ها
۲۹۶.....	۲-۱۰. منابع و قابلیت‌های کمیاب
۲۹۶.....	۳-۱۰. منابع و قابلیت‌ها به سختی قابل تقلیدند
۲۹۸.....	۴-۱۰. قابلیت سازماندهی و غیرقابل جایگزین بودن منابع و قابلیت‌ها
۲۹۸.....	۱۱. چارچوب عملیاتی منابع و قابلیت‌ها
۲۹۸.....	۱-۱۱. گام اول: شناسایی منابع و قابلیت‌های کلیدی
۲۹۹.....	۲-۱۱. گام دوم: ارزیابی منابع و قابلیت‌ها
۲۹۹.....	۳-۱۱. گام سوم: توسعه رهنمودهای ضمنی راهبردی
۳۰۰.....	۱۲. خلاصه اجرایی
۳۰۹.....	واژگان کلیدی
۳۱۴.....	سؤالات و تمرین‌های کاربردی
۳۱۷.....	فصل هفتم: توسعه منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها
۳۱۷.....	ره‌آوردها و اهداف یادگیری
۳۱۷.....	مقدمه
۳۱۸.....	۱. پویایی منابع و پویایی رقابت
۳۱۹.....	۲. پویایی رقابتی و تقلیدپذیری منابع
۳۳۰.....	۳. قابلیت‌های پویا
۳۲۳.....	۴. دانش: منبع و قابلیت راهبردی
۳۲۴.....	۱-۴. ضرورت دانش در توسعه منابع و قابلیت‌ها
۳۲۶.....	۲-۴. انواع دانش و تبدیل آن‌ها به یکدیگر

ن □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

- ۳۲۹.....۴-۲-۱. اجتماعی‌سازی: از دانش ضمنی به ضمنی
- ۳۳۰.....۴-۲-۲. برونی‌سازی: از دانش ضمنی به دانش آشکار
- ۳۳۰.....۴-۲-۳. تلفیق‌سازی: از دانش آشکار به دانش آشکار
- ۳۳۱.....۴-۲-۴. درون‌سازی: از دانش صریح به دانش ضمنی
- ۳۳۳.....۴-۳. فرایند دانش و توسعه قابلیت‌ها
- ۳۳۶.....۴-۴. ابعاد محتوایی و روشی دانش
- ۳۳۷.....۴-۴-۱. دانش نظری مدیریت و جهاد اقتصادی
- ۳۳۸.....۴-۴-۲. دانش عملی مدیریت
- ۳۳۹.....۴-۴-۳. دانش عملی جهاد اقتصادی
- ۳۴۰.....۴-۴-۴. یادگیری عملی و نظری
- ۳۴۳.....۴-۵. سطوح دانش آفرینی
- ۳۴۲.....۴-۵-۱. دانش آفرینی درون بخشی
- ۳۴۲.....۴-۵-۲. دانش آفرینی بین بخشی
- ۳۴۳.....۴-۵-۳. دانش آفرینی سازمانی
- ۳۴۳.....۴-۵-۴. دانش آفرینی فرابخشی
- ۳۴۳.....۴-۵-۵. دانش آفرینی در سطح مدیریت سیاسی جامعه
- ۳۴۵.....۴-۶. رویکرد فرایندی و عملیاتی دانش
- ۳۴۸.....۴-۷. سیستم مدیریت دانش در سازمان‌ها
- ۳۴۹.....۴-۷-۱. سیستم مدیریت دانش مجازی
- ۳۴۹.....اول، مراددهای
- ۳۵۰.....دوم، مبتنی بر اهداف
- ۳۵۰.....سوم، روابط یا تبادل تجربیات
- ۳۵۰.....چهارم، ایده‌پردازی
- ۳۵۱.....۴-۷-۲. ضرورت سیستم مدیریت دانش
- ۳۵۲.....۴-۷-۳. اهداف ایجاد سیستم مدیریت دانش
- ۳۵۳.....۴-۷-۴. اجزای سیستم مدیریت دانش
- ۳۵۳.....اول، دانش افزارها
- ۳۵۴.....دوم، گروه‌های تخصصی
- ۳۵۴.....سوم، رایانامه گروهی

فهرست تفصیلی □ س

۳۵۴ وبلاگ
۳۵۴ چهارم، ویکی‌ها
۳۵۴ پنجم، سیستم‌های مدیریت یادگیری
۳۵۴ ۴-۷-۵. قابلیت‌ها و خدمات سیستم مدیریت دانش
۳۵۵ ۵. دارایی‌های معنوی
۳۵۷ خلاصه اجرایی
۳۶۱ واژگان کلیدی
۳۶۴ سوالات و تمرین‌های کاربردی

فصل هشتم: زنجیره ارزش سازمان، صنعت و ملی..... ۳۶۷

۳۶۷ ره‌آوردها و اهداف یادگیری
۳۶۸ مقدمه
۳۶۹ ۱. زنجیره ارزش سازمان
۳۷۲ ۱-۱. شناخت رفتار هزینه‌ای بنگاه
۳۷۲ ۱-۲. شناخت منابع و قابلیت‌های فعلی
۳۷۳ ۱-۳. پیوند بین منابع و قابلیت‌ها در سازمان
۳۷۳ ۱-۴. شناخت آسیب‌های قابلیت‌ی و منابع
۳۷۳ ۱-۵. فعالیت راهبردی بهتر نسبت به رقیبان
۳۷۳ ۱-۶. تحلیل زنجیره ارزش در بستر جهانی
۳۷۴ ۲. زنجیره ارزش صنایع
۳۷۴ ۲-۱. زنجیره ارزش در سازمان‌های تک کسب‌وکار و چند کسب‌وکار
۳۷۶ ۲-۲. رابطه بین زنجیره ارزش
۳۷۸ ۳. تحلیل و توسعه زنجیره ارزش ملی
۳۷۸ خلاصه اجرایی
۳۸۲ واژگان کلیدی
۳۸۳ سوالات و تمرین‌های کاربردی

فصل نهم: ره‌آوردهای تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها..... ۳۸۹

۳۸۹ ره‌آوردها و اهداف یادگیری
-----	---------------------------------

ع □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

مقدمه	۳۸۹
۱. قوت‌ها و ضعف‌های منابع، قابلیت‌ها، شایستگی‌های ملی	۳۹۰
۲. عوامل حیاتی موفقیت	۳۹۱
۲-۱. منابع و منشأ عوامل حیاتی موفقیت	۳۹۲
۳. شاخص‌های پیش و اندازه‌گیری منابع، قابلیت‌ها، شایستگی‌ها	۳۹۳
۴. تحلیل فرصت‌ها، تهدیدات، ضعف‌ها و قوت‌ها	۳۹۳
۴-۱. فرایند تحلیل SWOT و راهبردهای آن	۳۹۳
۴-۱-۱. شناخت مهمترین فرصت‌ها، تهدیدات، نقاط قوت و ضعف	۳۹۴
۴-۱-۲. ترسیم ماتریس SWOT و تلاقی عوامل	۳۹۴
۴-۱-۳. راهبردهای ماتریس SWOT	۳۹۵
اول، راهبردهای کمینه-کمینه	۳۹۵
دوم، راهبردهای کمینه-بیشینه	۳۹۶
سوم، راهبردهای بیشینه-کمینه	۳۹۶
چهارم، راهبردهای بیشینه-بیشینه	۳۹۷
۴-۲. انتقادات سازنده به ماتریس SWOT	۳۹۷
۴-۳. پویایی ماتریس SWOT	۳۹۸
خلاصه اجرایی	۳۹۹
واژگان کلیدی	۴۰۱
سوالات و تمرین‌های کاربردی	۴۰۲

فصل دهم: مسائل و تصمیم‌های راهبردی ۴۰۳

ره‌آورها و اهداف یادگیری	۴۰۳
مقدمه	۴۰۴
۱. مسائل نوظهور و توصیفی جهاد اقتصادی	۴۰۶
۲. فرایند نوظهور و تجویزی تحلیل مسائل جهاد اقتصادی	۴۰۷
۲-۱. شناخت مسائل جهاد اقتصادی	۴۱۰
۲-۱-۱. مسائل حاصل از منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها	۴۱۰
۲-۱-۲. مسائل حاصل از تحلیل محیط راهبردی	۴۱۲
۲-۱-۳. مسائل حاصل از ترکیب عوامل درونی و بیرونی	۴۱۴

فهرست تفصیلی □ ف

۴-۱-۲. مسائل آنی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت و دائمی.....	۴۱۴
۲-۲. تحلیل مسائل جهاد اقتصادی.....	۴۱۴
۲-۳. اولویت‌بندی مسائل جهاد اقتصادی.....	۴۱۵
۲-۴. تدوین پاسخ‌های مسائل جهاد اقتصادی.....	۴۱۶
۲-۵. اجرای پاسخ‌های مسائل.....	۴۱۷
۲-۶. ارزیابی، نظارت و کنترل نتایج حاصل شده.....	۴۱۷
۳. تصمیم‌های راهبردی مسائل جهاد اقتصادی.....	۴۱۷
خلاصه اجرایی.....	۴۲۲
واژگان کلیدی پژوهش.....	۴۲۴
سؤالات و تمرین‌های کاربردی.....	۴۲۴
بخش چهارم: چشم‌انداز راهبردی و بیانیه مأموریت.....	۴۲۷
مقدمه.....	۴۲۸
فصل یازدهم: چشم‌انداز راهبردی و مأموریت.....	۴۳۳
ره‌آورها و اهداف یادگیری.....	۴۳۳
مقدمه.....	۴۳۳
۱. چشم‌انداز بیست‌ساله و سیاست‌های جهاد اقتصادی.....	۴۳۴
۲. چشم‌انداز راهبردی بخش‌ها، صنایع و سازمان‌ها.....	۴۴۱
۳. بیانیه مأموریت.....	۴۴۱
۳-۱. مأموریت مشتری محور.....	۴۴۳
۳-۲. مأموریت شایسته‌محور.....	۴۴۵
۳-۳. مأموریت محصول محور.....	۴۴۵
۴. اهداف متعالی و سلسله مراتب اهداف.....	۴۴۶
۵. اهداف کمی و غایی جهاد اقتصادی.....	۴۴۸
۵-۱. افق زمانی.....	۴۴۹
۵-۲. تمرکز.....	۴۵۰
۵-۳. سنجش پذیری اهداف جهاد اقتصادی.....	۴۵۰
۵-۴. معین و مشخص بودن.....	۴۵۰

۴۵۱	۵-۶. انعطاف‌پذیری
۴۵۱	۵-۷. ایجاد انگیزه ملی
۴۵۲	۵-۸. مناسب بودن اهداف
۴۵۲	۵-۹. حوزه‌های طراحی هدف‌های بلندمدت جهاد اقتصادی
۴۵۲	۵-۹-۱. سودآوری
۴۵۳	۵-۹-۲. بهره‌وری
۴۵۳	۵-۹-۳. موضع رقابتی
۴۵۳	۵-۹-۴. توسعه نیروی انسانی
۴۵۳	۵-۹-۵. رهبری فناورانه
۴۵۳	۵-۹-۶. مسئولیت اجتماعی
۴۵۴	۵-۱۰. یکپارچگی اهداف و سلسله مراتب آن‌ها
۴۵۴	خلاصه اجرایی
۴۵۷	واژگان کلیدی
۴۵۸	سؤالات و تمرین‌های کاربردی

بخش پنجم: توسعه و اجرای راهبردهای ملی و بین‌المللی جهاد اقتصادی ۴۶۱

۴۶۳	مقدمه
-----	-------------

فصل دوازدهم: سطوح سیاست‌ها و راهبردهای جهاد اقتصادی ۴۶۹

۴۶۹	ره‌آورها و اهداف یادگیری
۴۷۰	مقدمه
۴۷۰	۱. فراسیاست‌ها و سیاست‌های کلان
۴۷۶	۱-۱. فراسیاست‌های دائمی
۴۷۶	۱-۲. فراسیاست‌های بلندمدت
۴۷۷	۱-۳. فراسیاست‌های میان‌مدت
۴۷۷	۱-۳-۱. دهه اول: دهه ولایت فقیه و امام خمینی(ره)
۴۷۸	۱-۳-۲. دهه دوم: دهه انضباط و عدالت
۴۷۹	۱-۳-۳. دهه سوم: فراسیاست میان‌مدت فرهنگ و عدالت
۴۸۰	۱-۳-۴. دهه چهارم: دهه پیشرفت و عدالت

فهرست تفصیلی □ ق

- ۴-۱. فراسیاست‌های کانونی ۴۸۱
- ۱-۴-۱. توسعه و شکاف فراسیاستی ۴۸۳
- ۱-۴-۲. اهداف کلان فراسیاستی جهاد اقتصادی ۴۸۵
- اول، فقرزدایی ملی ۴۸۶
- دوم، تولید ثروت ملی ۴۸۶
- سوم، الگوسازی در سطح منطقه و جهانی ۴۸۶
- چهارم، خروج ایران از وابستگی اقتصادی (استقلال و اقتدار اقتصادی) ۴۸۷
- پنجم، وابسته کردن اقتصاد دنیا به اقتصاد بومی - اسلامی ایران ۴۸۸
۲. سیاست‌های عمومی جهاد اقتصادی ۴۸۸
۳. راهبردهای جهاد ملی بویا ۴۸۹
- ۱-۳. جهاد امنیتی - اطلاعاتی در تحقق جهاد اقتصادی ۴۹۱
- ۱-۱-۳. سناریو شناسی دشمنان ۴۹۱
- ۱-۲-۳. محافظت از دانشمندان اقتصادی ۴۹۱
- ۱-۳-۳. مبارزه با جاسوسی‌های صنعتی و اقتصادی داخلی ۴۹۱
- ۱-۴-۳. بایش فرصت‌ها و تهدیدات بین‌المللی ۴۹۲
- ۱-۵-۳. شناسایی نقاط آسیب‌پذیر در فعالیت‌های کلان اقتصادی ۴۹۲
- ۲-۳. جهاد اقتصادی عملی - اجرایی ۴۹۳
- ۳-۳. جهاد مدیریتی - سازمانی ۴۹۳
- ۳-۴. جهاد راهبردی - سیاستی ۴۹۳
- ۳-۵. جهاد دانشی - حکمتی ۴۹۳
- ۱-۳-۵. کتاب الجهاد الاقتصادي ۴۹۴
- ۲-۳-۵. جهاد اقتصادی خانواده ۴۹۵
- ۳-۳-۵. جهاد اقتصادی جامعه ۴۹۵
۴. راهبردهای سازمانی جهاد اقتصادی ۴۹۶
- ۱-۴. راهبرد کاهش هزینه یا تمایز در قیمت ۴۹۶
- ۲-۴. راهبرد تمایز در تصویر محصول و خدمت ۴۹۶
- ۳-۴. راهبرد تمایز در پشتیبانی ۴۹۷
- ۴-۴. راهبرد تمایز در کیفیت ۴۹۷
- ۵-۴. راهبرد نفوذ در بازار ۴۹۸

ر □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

۴۹۸.....	۴-۶. راهبرد بسته محصول.....
۴۹۹.....	۴-۷. راهبرد توسعه بازار.....
۴۹۹.....	۴-۸. راهبرد توسعه محصول.....
۴۹۹.....	۴-۹. راهبرد تنوع.....
۵۰۰.....	خلاصه اجرایی.....
۵۰۱.....	سوالات و تمرین‌های کاربردی.....
۵۰۳.....	واژگان کلیدی.....
۵۰۵.....	ضمیمه‌ها
۵۰۷.....	ضمیمه اول: سیر مطالعاتی و مآخذشناسی مدیریت راهبردی
۵۰۷.....	مقدمه.....
۵۰۸.....	۱. روش‌های شناخت منابع و مآخذ مدیریت راهبردی.....
۵۰۹.....	۱-۱. مرور کتاب‌های مدیریت راهبردی در مجلات معتبر.....
۵۰۹.....	۱-۲. ناشران معتبر مدیریت راهبردی.....
۵۱۰.....	۱-۳. شناخت منابع پژوهشی و آموزشی دانشکده‌های مدیریت.....
۵۱۰.....	۱-۴. پایگاه‌های اطلاعاتی کتاب‌ها و مجلات.....
۵۱۱.....	۱-۵. کتابخانه‌های دانشگاهی.....
۵۱۱.....	۱-۶. سایت‌های ویژه فروش کتاب در بخش بهترین فروش‌ها.....
۵۱۲.....	۱-۷. ارتباط با متخصصان دانش راهبرد.....
۵۱۳.....	۱-۸. مآخذ آخر فصل‌های کتاب‌ها یا مقاله‌های علمی - پژوهشی.....
۵۱۳.....	۱-۹. سایت‌های فعال مدیریت راهبردی.....
۵۱۳.....	۱-۱۰. مجلات معتبر مدیریت راهبردی.....
۵۱۴.....	۱-۱۱. اطلاعات کتاب‌شناختی کتاب‌های معتبر.....
۵۱۴.....	۱-۱۲. دروس دانشگاهی مدیریت راهبردی.....
۵۱۴.....	۱-۱۳. پیگیری تألیفات متفکران مدیریت راهبردی.....
۵۱۴.....	۱-۱۴. انجمن‌های مدیریت راهبردی.....
۵۱۵.....	۱-۱۵. مراجعه به سیر کتاب‌ها.....
۵۱۵.....	۱-۱۶. استفاده از کتاب‌شناسی‌های موجود.....
۵۱۵.....	۱-۱۷. سایر روش‌های مکمل شناخت مآخذ.....

فهرست تفصیلی □ ش

۵۱۶.....	۲. نقشه مطالعه راهبرد و مدیریت راهبردی و مآخذ آن
۵۱۶.....	۲-۱. فرایند راهبرد و مدیریت راهبردی
۵۱۷.....	۲-۱-۱. مفاهیم راهبرد و مدیریت راهبردی
۵۱۸.....	۲-۱-۲. مآخذ سیر تکامل راهبرد و مدیریت راهبردی
۵۲۰.....	۲-۱-۳. تفکر راهبردی
۵۲۱.....	۲-۱-۴. تصمیم‌گیری راهبردی
۵۲۲.....	۲-۱-۵. تحلیل محیط راهبردی
۵۲۲.....	اول، تلاطم محیط راهبردی، محیط کلان و پیش‌بینی محیطی
۵۲۵.....	دوم، تحلیل سناریو
۵۲۶.....	سوم، محیط صنعت و رقابت
۵۲۶.....	چهارم، محیط همکاری و هم‌رقابتی
۵۲۷.....	پنجم، محیط بازار، رقیبان و مشتریان
۵۲۷.....	ششم، عوامل حیاتی موفقیت
۵۲۷.....	۲-۱-۶. تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها
۵۲۸.....	۲-۱-۷. مدیریت مسائل راهبردی
۵۳۰.....	۲-۱-۸. چشم‌انداز راهبردی و بیانیه مأموریت
۵۳۰.....	۲-۱-۹. ارزیابی و انتخاب راهبرد (سطوح راهبرد)
۵۳۱.....	اول: راهبردهای ملی
۵۳۱.....	۱. سیاست‌های کلان و عمومی
۵۳۲.....	۲. راهبردهای سطح شبکه
۵۳۳.....	۳. راهبردهای سطح اجتماعی
۵۳۳.....	۴. راهبردهای سطح سازمان و کسب‌وکار
۵۳۴.....	۵. راهبردهای سطح وظیفه‌ای
۵۳۴.....	دوم، راهبردهای بین‌المللی
۵۳۴.....	۲-۱-۱۰. راهبرد در سازمان‌های دولتی و غیر انتفاعی
۵۳۵.....	۲-۱-۱۱. سیستم‌های اطلاعات راهبردی
۵۳۵.....	۲-۱-۱۲. اجرای راهبرد
۵۳۵.....	۲-۱-۱۳. کنترل راهبردی
۵۳۵.....	۲-۱-۱۴. کارت امتیازی متوازن

ت □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

۲-۲	نظریه‌های مدیریت راهبردی و راهبرد	۵۳۶
۲-۲-۱	مدیریت عمومی و سیاست کسب‌وکار	۵۳۶
۲-۲-۲	برنامه‌ریزی سازمان	۵۳۷
۲-۲-۳	تالیفات گروه مشاوران بوستن و مک کینزی	۵۳۷
۲-۳	مکاتب مدیریت راهبردی و راهبرد	۵۳۸
۲-۴	مبانی اقتصادی مدیریت راهبردی و راهبرد	۵۳۹
۲-۵	مبانی فلسفی مدیریت راهبردی و راهبرد	۵۳۹
۲-۶	مبانی رفتاری مدیریت راهبردی و راهبرد	۵۴۰
۲-۷	روش شناسی راهبرد و مدیریت راهبردی	۵۴۰
۲-۸	راهبرد و سایر علوم	۵۴۲

ضمیمه دوم: مورد مطالعه: سیاست‌ها و راهبردهای نظام بانکداری ایران

۵۴۵	برای تحقق اهداف جهاد اقتصادی	۵۴۵
۵۴۵	مقدمه	۵۴۵

۵۴۹	ضمیمه سوم: موضوع‌هایی برای پژوهش‌های بیشتر	۵۴۹
۵۴۹	مقدمه	۵۴۹

۵۵۷	فهرست منابع و مآخذ	۵۵۷
۵۶۳	نمایه	۵۶۳

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱) فرایند راهبرد ۱۷
- شکل ۲) نوع شناسی مکاتب بر اساس شکل‌گیری و الگوهای راهبرد ۵۶
- شکل ۳) طبقه‌بندی مکاتب به اعتبار نوظهور - تعمّدی و محیط - منابع سازمان ۵۷
- شکل ۴) راهبرد به عنوان الگوی اقدامات ۶۱
- شکل ۵) راهبرد به عنوان برنامه قصد شده ۶۳
- شکل ۶) راهبرد به عنوان موقعیت ۶۴
- شکل ۷) راهبرد به عنوان رویکرد ۶۵
- شکل ۸) انواع راهبرد ۶۸
- شکل ۹) فرایند زنجیره‌ای راهبردهای تعمّدی ۶۹
- شکل ۱۰) فرایند هم‌زمانی راهبردهای نوظهور ۶۹
- شکل ۱۱) فرایند شکل‌گیری راهبرد ۷۱
- شکل ۱۲) چارچوب تحلیل محیط ملی و بین‌المللی جهاد اقتصادی ۱۰۸
- شکل ۱۳) تأثیر عوامل محیط کلان و متلاطم بر محیط صنعت و بخش ۱۱۳
- شکل ۱۴) تحلیل عوامل محیط صنعت و بخش‌ها در سطح ملی و بین‌المللی ۱۵۶
- شکل ۱۵) الگوی ساختار-رفتار-عملکرد ۱۶۱
- شکل ۱۶) تحلیل نیروهای رقابتی در صنعت ۱۶۳
- شکل ۱۷) پویایی رقابتی در رفتار بنگاه ۱۷۷
- شکل ۱۸) تحلیل چرخه عمر صنعت ۱۷۸
- شکل ۱۹) چرخه‌های رقابتی ۱۸۲
- شکل ۲۰) تحلیل تطبیقی ساختار صنعت در زمان صفر و پنج ۱۸۸

خ □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

- شکل ۲۱) تحلیل همکاری: الگوی روابط چهارگانه روابط ۱۹۱
- شکل ۲۲) بخش رایانه و هر یک از صنایع زیر مجموعه آن ۱۹۶
- شکل ۲۳) الگوی شبکه ارزش ۱۹۸
- شکل ۲۴) منابع پنج‌گانه فرصت‌ها برای کسب منفعت مشترک از طریق همکاری ۱۹۹
- شکل ۲۵) کلان‌منطقه‌های نه‌گانه جمهوری اسلامی ایران ۲۱۰
- شکل ۲۶) جایگاه تحلیل رقیبان، بازار و مشتریان ۲۲۱
- شکل ۲۷) مؤلفه‌های تحلیل رقیب ۲۲۶
- شکل ۲۸) چرخه عمر محصول ۲۳۳
- شکل ۲۹) توسعه تجویزی موقعیت‌یابی و بخش‌بندی بازار ۲۳۷
- شکل ۳۰) توسعه نوظهور موقعیت‌یابی و بخش‌بندی بازار ۲۳۷
- شکل ۳۱) راه‌وردهای تحلیل محیط ملی و بین‌المللی ۲۴۴
- شکل ۳۲) چارچوب تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها ۲۶۶
- شکل ۳۳) فنون تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها (شناسایی وضعیت موجود) ۲۶۹
- شکل ۳۴) روابط متقابل منابع و خلق قابلیت‌ها ۲۷۶
- شکل ۳۵) رابطه بین مزیت رقابتی، قابلیت‌ها و منابع ۲۷۸
- شکل ۳۶) تعامل راهبرد با محیط و سازمان ۲۸۰
- شکل ۳۷) راهبرد، منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها ۲۸۱
- شکل ۳۸) شایستگی‌های محوری عمومی و مزیت رقابتی ۲۸۲
- شکل ۳۹) عناصر هفت‌گانه منابع و قابلیت‌ها ۲۸۴
- شکل ۴۰) سلسله مراتب منابع ۲۹۲
- شکل ۴۱) یویابی منابع: سلسله مراتب منابع ۲۹۳
- شکل ۴۲) تعیین ارزش رقابتی منابع و قابلیت‌ها ۲۹۵
- شکل ۴۳) نردبان تقلیدپذیری منابع ۲۹۷
- شکل ۴۴) چارچوب عملیاتی تحلیل منابع و قابلیت‌ها ۳۰۰
- شکل ۴۵) توسعه منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها ۳۱۸
- شکل ۴۶) تقلیدپذیری از منابع رقیبان ۳۱۹
- شکل ۴۷) کسب مزیت رقابتی با قیمت کمتر و کیفیت بهتر ۳۲۰
- شکل ۴۸) فرایند تبدیل دانش ضمنی و آشکار به یکدیگر ۳۲۹
- شکل ۴۹) انواع فرایندهای دانش برای توسعه منابع و قابلیت‌ها ۳۳۳

فهرست شکلها □ ذ

شکل ۵۰	ابعاد محتوایی و روشی دانش	۳۳۷
شکل ۵۱	تحلیل و توسعه زنجیره ارزش سازمانی، صنعت و ملی	۳۶۹
شکل ۵۲	زنجیره ارزش سازمان	۳۷۱
شکل ۵۳	زنجیره ارزش صنعت در سازمان‌های تک کسب‌وکار	۳۷۵
شکل ۵۴	زنجیره ارزش صنعت در سازمان‌های چند کسب‌وکار	۳۷۵
شکل ۵۵	رابطه بین زنجیره ارزش سازمان و صنعت برای کسب مزیت رقابتی و همکاری	۳۷۷
شکل ۵۶	زنجیره ارزش ملی	۳۷۸
شکل ۵۷	ره‌آوردهای تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها	۳۹۰
شکل ۵۸	ماتریس SWOT و راهبردهای حاصل از تلافی فرصت‌ها، تهدیدات، قوت‌ها و ضعف‌ها	۳۹۵
شکل ۵۹	اقدامات ممکن برای مسائل راهبردی محیط ملی و بین‌المللی جهاد اقتصادی	۴۰۵
شکل ۶۰	الگوی فرایندی مدیریت راهبردی جهاد اقتصادی	۴۰۹
شکل ۶۱	الگوی هم‌زمانی مدیریت راهبردی مسائل جهاد اقتصادی	۴۱۰
شکل ۶۲	ماتریس اولویت‌های راهبردی	۴۱۶
شکل ۶۳	چارچوب تحلیل چشم‌انداز راهبردی و مأموریت	۴۳۱
شکل ۶۴	تعریف فعالیت‌های خدماتی و کسب‌وکار	۴۴۴
شکل ۶۵	سطوح راهبردهای ملی و بین‌المللی	۴۶۷
شکل ۶۶	سطوح نظام حکمرانی جمهوری اسلامی ایران	۴۷۵
شکل ۶۷	فراسیاست میان‌مدت انضباط و عدالت	۴۷۸
شکل ۶۸	فراسیاست‌های دهه سوم انقلاب اسلامی: دهه فرهنگ و عدالت	۴۸۰
شکل ۶۹	توسعه و شکاف فراسیاستی جهاد اقتصادی	۴۸۴
شکل ۷۰	ارکان جهاد ملی پویا و تعامل آن‌ها با محیط ملی و بین‌المللی	۴۹۰
شکل ۷۱	عوامل تحلیل محیط از دیدگاه جانسون و دیگران	۵۳۴
شکل ۷۲	الگوی تحلیل محیط از دیدگاه هیت و دیگران	۵۲۵

فهرست جداول

- جدول (۱) سند راهبردی کتاب ۱۳
- جدول (۲) ابزارها و فنون تحلیل محیط راهبردی ۱۰۶
- جدول (۳) ارزیابی پویایی‌های محیطی به اعتبار سنجه‌ها و تلاطم‌های محیطی ۱۲۱
- جدول (۴) پیوستار ساختار صنعت: از انحصار کامل تا رقابت کامل ۱۶۰
- جدول (۵) توسعه محصول جدید و راهبردهای چرخه عمر محصول ۲۳۳
- جدول (۶) عوامل حیاتی موفقیت واحدهای وظیفه‌ای در هر یک از مراحل چرخه عمر محصول ۲۴۹
- جدول (۷) ابزارها و فنون تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها ۲۶۳
- جدول (۸) منابع مشهود ۲۷۳
- جدول (۹) منابع نامشهود ۲۷۵
- جدول (۱۰) برخی از قابلیت‌های واحدهای وظیفه‌ای در سازمان ۲۷۷
- جدول (۱۱) چارچوب VRIO: معیارهایی برای کسب مزیت رقابتی پایدار از منابع و قابلیت‌ها ۲۹۴
- جدول (۱۲) تحلیل مقایسه‌ای صورت‌های مالی از طریق نسبت‌های مالی ۳۱۵
- جدول (۱۳) فرایند تبدیل دانش نظری و عملی مدیریت و جهاد اقتصادی در سطوح مختلف ۳۴۴
- جدول (۱۴) طرح‌های انواع دانش در رویکرد فرایندی و عملیاتی ۳۴۶
- جدول (۱۵) مقایسه رویکرد عملیاتی و فرایندی در مدیریت دانش ۳۴۷
- جدول (۱۶) مزایای سیستم مدیریت دانش برای اعضای سازمان ۳۵۵
- جدول (۱۷) دارایی‌های معنوی در سازمان ۳۵۶
- جدول (۱۸) تحلیل منابع و قابلیت‌های حاصل از زنجیره ارزش در چارچوب VRIO ۳۸۴
- جدول (۱۹) مسائل نوظهور و توصیفی حاصل از تحلیل منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها ۴۱۱

ظ □ مدیریت راهبردی با تاکید بر جهاد اقتصادی

- جدول (۲۰) فنون و ابزارهای شناخت و تحلیل مسائل ۴۱۲
- جدول (۲۱) سیاست‌های عمومی جهاد اقتصادی متناسب با ویژگی‌های توسعه‌یافتگی کشور
در افق ۱۴۰۴ ۴۳۵
- جدول (۲۲) سیاست‌های عمومی جهاد اقتصادی برای کسب جایگاه اول اقتصادی در منطقه ۴۳۷
- جدول (۲۳) سیاست‌های عمومی جهاد اقتصادی برای کسب جایگاه اول علمی و فناوری در
منطقه ۴۳۸
- جدول (۲۴) سیاست‌های عمومی جهاد اقتصادی برای تحقق هویت اسلامی و انقلابی ۴۳۸
- جدول (۲۵) سیاست‌های عمومی جهاد اقتصادی با توجه به الهام بخش بودن در جهان اسلام
در افق ۱۴۰۴ ۴۴۰
- جدول (۲۶) سیاست‌های عمومی جهاد اقتصادی به منظور تعامل سازنده و مؤثر در روابط
بین‌الملل ۴۴۰
- جدول (۲۷) توسعه و اجرای راهبردها در سطح سازمانی، ملی، صنعتی و بین‌المللی ۴۶۵
- جدول (۲۸) تحلیل وضعیت رقابتی منابع و قابلیت‌ها به منظور توسعه و اجرای راهبردها .. ۵۰۲

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
«فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا»
(قرآن کریم، سوره مبارکه الفرقان (۲۵)، آیه شریفه ۵۲)

سخن ناشران

تحلیل تاریخ پرفراز و نشیب جهان اسلام حکایت از آن دارد که جهان کفر و نفاق پیوسته در مقام تعارض با الگوی اصیل اسلامی بوده است. دلیل این آن است که: اسلام نه تنها به اصلاح امور در داخل منجر می‌شود؛ بلکه زمینه‌رهایی و تعالی را برای دیگر جوامع و ملت‌ها نیز فراهم می‌سازد. این ویژگی همان است که از آن به «الهام بخشی» تعبیر شده است. به همین خاطر معارضان تمام امکانات خویش را به کار گرفته‌اند تا راه را بر اسلام اصیل سد نموده و از این طریق نظام استکباری خویش را مسلط و مستمر نگاه دارند. گذار از این وضعیت و تحقق جامعه جهانی مبتنی بر صلح و عدالت - که اسلام وعده آن را به تمامی جهانیان داده است - به جز از طریق «مجاهده‌ای بزرگ» که خداوند متعال از آن به **جهاد کبیر** تعبیر نموده، میسر نیست. از مصادیق بارز این **جهاد کبیر** ورود به عرصه‌های جهادی‌ای چون علم، سیاست، فرهنگ و فنآوری است که اقتضای تلاش، نوآوری و حتی آمادگی