

دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

نیمسال دوم تحصیلی ۹۴-۹۳

زمان: شنبه ها ۱۱:۱۰ - ۹:۲۰

مدرس: دکتر امیر عباس کائینی

a.kaeeni@gmail.com

نام درس: مدیریت استراتژیک پیشرفته (۲ واحد)

مقطع: کارشناسی ارشد مدیریت گرایش بازاریابی

غیبت بیش از سه جلسه منجر به حذف نام دانشجوی در درس مذکور خواهد شد.

نحوه ارزیابی دوره:

۱. مشارکت در مباحث کلاس ۲ نمره
۲. پروژه کلاسی ۶ نمره
۳. امتحان پایان ترم ۱۲ نمره

ردیف	تاریخ	موضوع	پروژه کلاسی
۱	۲۵ بهمن	معرفی اجمالی دوره	
۲	۲ اسفند	استراتژی مزیت رقابتی	
۳	۹ اسفند	رهبری و فرآیند مدیریت استراتژیک	
۴	۱۶ اسفند	صنعت و تحلیل رقابتی	
۵	۲۳ اسفند	تجزیه و تحلیل محیط بیرونی	
۶	۱۵ فروردین	استراتژیهای رقابتی	
۷	۲۲ فروردین	استراتژی کسب و کار + SWOT	
۸	۲۹ فروردین	استراتژیهای رقابت بین المللی + انقلاب در ثروت آفرینی	
۹	۵ اردیبهشت	استراتژی برای موسسات با کسب و کار متعدد	
۱۰	۱۲ اردیبهشت	تعطیل رسمی (ولادت حضرت علی (ع))	
۱۱	۱۹ اردیبهشت	استراتژیهای اخلاقی کسب و کار	
۱۲	۲۶ اردیبهشت	تعطیل رسمی (مبعث)	
۱۳	۲ خرداد	اجرای عالی استراتژی (۱)	
۱۴	۹ خرداد	اجرای عالی استراتژی (۲) - فرهنگ و مدیریت زمان	
۱۵	۱۶ خرداد	کنترل استراتژی	
۱۶	۲۳ خرداد	تجزیه و تحلیل افته در مدیریت استراتژیک	

پروژه کلاسی: این پروژه از دو بخش تشکیل شده است.

بخش اول: (گروهی) ارائه کلاسی به صورت گروهی با محوریت مقالات کتاب استراتژی چیست؟ (فایل پاورپوینت)

- استفاده از مقالات دیگر حول موضوع و نوآوری در ارائه مطالب به کلاس امتیاز ویژه دارد.
- فایل پاورپوینت هر گروه حداقل یک هفته قبل از ارائه می بایست توسط سرگروه به اینجانب ارسال و تایید آن دریافت گردد. (۴نمره)

بخش دوم: (فردی) تجزیه و تحلیل (SWOT) یک شرکت ایرانی با توجه به آموخته های این درس، حداکثر در دو صفحه A4 (۲نمره)

منابع:

۱. مدیریت استراتژیک اصول و شیوه های عمل، نویسندگان: تامپسون و گمبل، ترجمه دکتر عبدالوند، دکتر نیکو مرام، انتشارات مبلغان
۲. استراتژی چیست؟ (مجموعه مقالات) به انتخاب و ترجمه سهراب خلیلی شورینی - حسین سلیمان، انتشارات اندیشه های گهربار