

المحتويات

9	الفصل الأول
9	فكرة الإستراتيجية
11	مقدمة
12	الأسس النظرية الإستراتيجية:
17	المدارس الفكرية في مجال الإستراتيجية:
19	مدرسة التصميم:
19	مدرسة التخطيط:
20	مدرسة الموقع (التموضع):
20	مدرسة الريادة:
21	المدرسة المعرفية:
21	مدرسة التعلم:
22	المدرسة السياسية:
22	المدرسة الثقافية:
22	المدرسة البيئية:
23	المدرسة الأخلاقية:
23	مدرسة التوافق:
24	نماذج الإستراتيجية:
30	الأهداف الإستراتيجية:
34	تكوين الإستراتيجية:

41	الفصل الثاني
41	عدسات الإستراتيجية
43	مقدمة:
45	أسلوب تحليل عدسات الإستراتيجية:
46	أنواع عدسات الإستراتيجية:
47	عدسات التصميم:
49	مضامين التطبيق للإدارة:
52	عدسات الخبرة:
53	خبرة الفرد والتحيز:
56	الخبرة الجماعية والثقافة التنظيمية:
59	عدسات الأفكار:
60	أهمية الاختلاف والتنوع:
62	الاختيار والاحتفاظ:
64	مضامين التطبيق للإدارة:
68	عدسات الحوار (لغة الحوار):
76	مجالات استخدام عدسات الإستراتيجية:
89	الفصل الثالث
89	الأدوات الإستراتيجية
92	أولاً: مفهوم منحى الخبرة
92	مفهوم منحى الخبرة
94	المنظور التاريخي:
94	تطبيقات
98	قوة السوق
98	التطبيق على التسويق

103	أ نموذج تأثير الربح في إستراتيجية السوق
108	المصاريف التسويقية:
108	كثافة الاستثمار:
108	التنوع الشامل:
112	قياس قيمة إستراتيجية التسويق
116	تقنية دلفي
130	تحليل تأثير الاتجاه
135	تحليل تأثير التقاطع
144	بناء السيناريو