

عنوان مقاله:

کاربرد مدیریت استراتژیک در زمینه جلب رضایت مشتریان

محل انتشار:

همایش ملی الکترونیکي دستاوردهای نوین در علوم مهندسی و پایه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

مهدی بازیار - آموزشکده فنی و حرفه ای سما، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، کازرون، ایران

خلاصه مقاله:

این مقاله به تحلیل مدل های مدیریت استراتژیک برای جلب رضایت مشتریان در شرکت های خصوصی و دولتی ایران می پردازد. با توجه به شرایط و فضای رقابتی سازمان ها که هرروز بیش از پیش پیچیده، متغیر و گسترده تر می شود، به همین دلیل مدیران سازمان ها با انواع تصمیم گیری سرو کار دارند. روش های زیادی برای تصمیم گیری مدیریتی که هدف همه آنها دستیابی به تصمیم بهینه است ارائه شده است. که از همه مهم تر، تصمیم گیری استراتژیک است. برنامه ریزی استراتژیک خوب، به تفکر استراتژیک کمک خواهد کرد و یا اینکه یک سامانه مدیریت استراتژیک خوب طراحی شده، تفکر استراتژیک را در سازمان آسان می سازد. پس از بررسی و ارزیابی مدل های استراتژیک پورتر، مک کنزی، هندرسون و ونکاترامان و مینزبرگ در ابعاد مختلف سعی شد که جامع ترین مدل برای رسیدن به هدف مورد نظر مقاله انتخاب شود.

کلمات کلیدی:

شرکت های خصوصی و دولتی ایران، مدیریت استراتژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/303916>

