

عنوان مقاله:

بررسی مکاتب مدیریت استراتژیک با تاکید بر مکاتب تجویزی

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

مریم عاشوری - دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق. نویسنده مسئول مکاتبات

خلاصه مقاله:

استراتژی به معنای عام متشکل از برنامه یا خط مشی است که برای رسیدن به اهداف خاصی اتخاذ می شود که نفوذ زیادی در مباحث مدیریتی داشته و در حوزه های مختلف آن کاربرد بسیارمتداولی دارد. در دوده اخیر که مدیریت استراتژیک بعنوان یک نظریه جدید در مدیریت سازمان ها و شرکت ها مطرح شده است اشتیاق فراوان و تلاش همگانی از سوی صاحب نظران و نظریه پردازان در تکمیل این نظریه ابراز میشود از سوی دیگر چون شرکتها بقای توسعه و در نهایت سودآوری را از مهمترین اهداف خود می دانند و اکثر آنها در یک محیط نارام درچالشند عوامل مختلفی مانند پیچیدگی محیط بی ثباتی و ناپایداری ناپیوستگی و گسیختگی شدیداً بر کار آنها موثر است بنابراین مدیریت استراتژیک به شرکت ها و سازمان ها اجازه میدهد تا در یک محیط نارام بتوانند خود را با شرایط جدید وفق دهند در این مقاله ابتدا تعاریفی ازواژه استراتژی و مدیریت استراتژی بیان میشود سپس به بررسی مختصری از مکاتب تجویزی و توصیفی پرداخته و تشریح طبقه بندی ده گانه این مکاتب ارائه میشود در ادامه دوباره به سراغ مکاتب تجویزی باز خواهیم گشت و این مکاتب به همراه مشخصات مراحل پیش فرضها و دیدگاه های مختلف طرفداران به تفصیل بررسی میشود در پایان نیز انتقادات وارد بر این مکاتب مورد بحث قرار میگیرد

کلمات کلیدی:

مدیریت استراتژیک ، مکاتب مدیریت استراتژیک ، مکاتب تجویزی ، مکاتب توصیفی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500429>

