

---

## فهرست

### پیشگفتار / ۱۱

بخش اول. مؤلفه‌های چشم‌انداز و ارزش‌های رهبران / ۴۵

#### فصل ۱. چشم‌انداز / ۴۷

۱. چشم‌اندازهای ملی / ۴۸
۲. چشم‌اندازهای جهانی / ۴۹
۳. شرکت به منزله یک نهاد / ۵۰
۴. چشم‌انداز در دولت و دستگاه‌های اجرایی / ۵۶
۵. چشم‌انداز رهبر به عنوان "منبع قدرت" / ۵۷

#### فصل ۲. ارزش‌ها / ۶۷

۱. مطالعات اخیر درباره ارزش‌های شرکتی / ۶۸
۲. شرکت‌های برتر (متعالی) به چه ارزش‌هایی وفادارند؟ / ۷۰
۳. شفاف‌سازی ارزش‌ها / ۷۱
۴. رابطه ارزش‌ها با سودآوری / ۷۶
۵. موردکاوی: پی‌ریزی چشم‌انداز و ارزش‌های آی‌بی‌ام / ۷۷

#### فصل ۳. مأموریت و هدف‌ها / ۸۵

۱. مأموریت: آنچه آرزو می‌کنیم باشیم / ۸۶
۲. هدف‌ها: آنچه به دستیابی آن متعهدیم / ۱۰۱

#### فصل ۴. استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها / ۱۱۱

۱. تعهد نیازمند اعتماد است / ۱۱۲
۲. برنامه‌ریزی استراتژیک: یک فرایند اساسی در رهبری / ۱۱۳
۳. از پایین به بالا در برابر از بالا به پایین / ۱۲۱
۴. "استراتژی بزرگ جناب رئیس" / ۱۲۲
۵. استراتژی در برابر تکنیک‌های تحلیلی / ۱۲۴

#### بخش دوم. فرایند طرح‌ریزی همایش رهبری: چگونه؟ / ۱۲۹

##### فصل ۵. انتخاب گروه اصلی / ۱۳۱

۱. چگونه چشم‌انداز ساخته می‌شود؟ / ۱۳۲
۲. فرایند طرح‌ریزی همایش رهبری / ۱۳۳
۳. انتخاب گروه اصلی / ۱۳۷
۴. فرایند برنامه‌ریزی همایش رهبری در یک نگاه / ۱۴۱
۵. رهنمودهایی در زمینه تدوین چشم‌انداز / ۱۴۲

##### فصل ۶. آماده‌سازی گروه اصلی / ۱۴۷

۱. پرسشنامه محرمانه / ۱۴۸
۲. مصاحبه فردی محرمانه / ۱۵۶
۳. کتابچه داده‌های برنامه‌ریزی / ۱۵۸
۴. ملاحظات ویژه مدیرعامل / ۱۶۲
۵. ملاحظات ویژه گروه اصلی / ۱۶۴
۶. سیر تکاملی طرح‌ها و برنامه‌های استراتژیک / ۱۶۸

##### فصل ۷. یکمین هم‌اندیشی رهبری / ۱۷۱

۱. شکل‌دادن به مضمون چشم‌انداز / ۱۷۲
۲. ارزش‌های سازمانی‌تان را تعریف کنید / ۱۷۶
۳. تدوین پیش‌نویس مأموریت و هدف‌های شرکت / ۱۸۰

۴. کارگروه‌ها را مشخص کنید / ۱۸۵

۵. برنامه‌ریزی و یادگیری / ۱۸۷

### فصل ۸. دومین هم‌اندیشی رهبری / ۱۹۱

۱. دستیابی به وفاق: دغدغه دومین هم‌اندیشی / ۱۹۱

۲. تبدیل چشم‌انداز به واقعیت / ۱۹۴

۳. آمادگی برای پذیرش تعهد / ۱۹۹

۴. حفظ "اندازه حرکت" در فاصله بین هم‌اندیشی‌ها / ۲۰۰

۵. ارزیابی رهبران کسب‌وکارهای ایرانی: ضعیف یا قوی؟ / ۲۰۱

### فصل ۹. سومین هم‌اندیشی رهبری / ۲۰۷

۱. ایجاد تعهد: مضمون سومین هم‌اندیشی / ۲۰۸

۲. فرایند "ال‌سی‌پی‌پی": ویژگی‌های بارز / ۲۱۳

۳. عامل تعیین‌کننده در سلامت استراتژیک کسب‌وکار / ۲۱۵

۴. "ال‌سی‌پی‌پی" و "مدیریت کیفیت فراگیر" / ۲۱۷

### بخش سوم. چشم‌انداز؛ انتقال، ارزیابی، و بازنگری آن / ۲۲۱

#### فصل ۱۰. ترویج چشم‌انداز کلی / ۲۲۳

۱. گزارش عملکرد در مورد انتقال استراتژی / ۲۲۴

۲. انتقال درست، تعهد را تضمین می‌کند / ۲۲۵

۳. آغاز فرایند رفت‌و برگشت / ۲۲۶

۴. خلاصه‌ای کوتاه برای مدیران ارشد / ۲۲۷

۵. نیاز به تمرکز (محوریت‌دادن به کسب‌وکار) / ۲۳۱

۶. رازداری / ۲۳۶

#### فصل ۱۱. انتقال چشم‌انداز کلی / ۲۴۱

۱. کارکنان / ۲۴۲

۲. مشتریان / ۲۴۵

۳. هیأت‌مدیره/ هیأت‌امنا / ۲۴۶
۴. سهامداران و سرمایه‌گذاران / ۲۴۷
۵. جامعه و نهادهای نظارتی / ۲۴۸
۶. آشنایی و تکرار / ۲۴۹
۷. مرد عمل باشید / ۲۵۰
۸. چشم‌انداز مدیران قبلی را تخریب نکنید / ۲۵۱

### فصل ۱۲. تبدیل چشم‌انداز به واقعیت / ۲۵۵

۱. علایم حیاتی / ۲۵۷
۲. بازنگری‌های فصلی برنامه استراتژیک / ۲۶۰
۳. دستور کار بازنگری فصل / ۲۶۱
۴. فرایند بازنگری سالانه: تبدیل چشم‌انداز به واقعیت / ۲۶۵
۵. ساختار اجلاس بازنگری سالانه / ۲۶۶
۶. شکست در سرپرستی: "شرکت‌هایی با کمترین شایستگی تحسین" / ۲۷۰

### فصل ۱۳. فرایند بازنگری در عمل / ۲۷۵

۱. فرایند بازنگری در شرکت نفت فیلیپس / ۲۷۶
۲. ربط‌دادن چشم‌انداز با مزایای تشویقی / ۲۹۰
۳. ربط چشم‌انداز و پیشتازی در برخی از شرکت‌های برتر / ۲۹۱

### بخش چهارم. مرتبط‌کردن چشم‌انداز با برنامه‌ریزی استراتژیک سنتی و انواع

سازمان‌ها/ ۲۹۵

### فصل ۱۴. برنامه‌ریزی استراتژیک / ۲۹۷

۱. برنامه‌ریزی بنیادی‌ترین وظیفه رهبران است / ۲۹۷
۲. برنامه‌ریزی رسمی و غیررسمی / ۲۹۹
۳. منظور از برنامه‌ریزی استراتژیک / ۳۰۰
۴. وظایف رهبر در فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک / ۳۰۴

۵. افزایش مشارکت مدیرعامل در برنامه‌ریزی استراتژیک / ۳۰۶

۶. برنامه‌ریزی همان است که مدیرعامل می‌گوید! / ۳۰۷

### فصل ۱۵. چشم‌انداز و ارزش‌ها در انواع دیگر سازمان‌ها / ۳۰۹

۱. چشم‌انداز در سازمان‌های غیرانتفاعی / ۳۱۲

۲. توسعه سازمانی / ۳۱۶

۳. هدف‌های برنامه‌ریزی در سازمان‌های غیرانتفاعی / ۳۱۶

۴. چشم‌انداز و ارزش‌ها در شرکت‌های خانوادگی / ۳۲۶

۵. چشم‌انداز و ارزش‌ها در شرکت‌های کوچک / ۳۲۷

