

عنوان مقاله:

نگرشی بر برنامه استراتژیک برند کوکاکولا با نگاه انتقادی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی پیشرفت های اخیر در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

مریم گودینی - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، دانش آموخته‌ی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

در دنیای رقابتی امروز، هر سازمانی تلاش می کند تا به درجه ی بالاتری از موفقیت دست یابد تا بتواند موقعیت خود را در بازار متلاطم امروزی حفظ کرده و به یک مزیت رقابتی برسد. از این رو، به منظور دستیابی به یک سطح قابل توجه از مزیت رقابتی، ایجاد یک برنامه ی استراتژیک ضروری به نظر می رسد. در این تحقیق، سعی شده است تا برنامه ی استراتژیک و مراحل آن در شرکت کوکا کولا به صورت انتقادی نقد و بررسی شود. بدین منظور، ابتدا تاریخچه ای از این شرکت به همراه بیانیه ی ماموریت، چشم انداز و ارزش های آن بیان می شوند، سپس با تحلیل محیط داخلی و خارجی سازمان و با کمک ماتریس SWOT، استراتژی های شرکت مورد بحث و بررسی قرار می گیرند

کلمات کلیدی:

برنامه استراتژیک، بیانیه ماموریت، چشم انداز، SWOT

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1135772>

