



Стратегический менеджмент

Программа “Стратегический менеджмент” в системе программ

Существует два варианта проведения программы. Четырехдневный вариант, состоящий из двух блоков:

- **Создание стратегии, 2 дня**

- **Управление стратегическими изменениями, 2 дня**

Или возможно отдельное проведение каждого из этих модулей.

Стратегический менеджмент - это достижение долговременного конкурентного преимущества на основе использования сильных сторон компании, компенсации слабых, учета преимуществ и угроз внешней среды. Это разработка стратегии роста, развития организации и управление внедрением разработанной стратегии.

Стратегический менеджмент, используя конкурентные преимущества, позволяет действовать эффективнее в текущей конкурентной борьбе и одновременно закладывать фундамент для будущих успехов. В данном семинаре изучаются ключевые элементы стратегического менеджмента: стратегический анализ, стратегический выбор и стратегические изменения.

Эффект от обучения

Участники смогут:

- понимать преимущества стратегического подхода к управлению
- определять эффективность действующей стратегии компании

- анализировать рынок и конкурентную ситуацию
- анализировать ресурсы и конкурентные возможности компании
- разрабатывать стратегии с учетом специфики компании и ситуации
- преодолевать сопротивление при внедрении новой стратегии.



Содержание программы

Часть 1. СОЗДАНИЕ СТРАТЕГИИ.

Введение. Стратегическое планирование.

- Терминология.
- Стратегия. Введение в определение.
- Определение стратегии.
- Понимание стратегического менеджмента.
- Отличия стратегического и оперативного менеджмента.
- Структура стратегического плана.
- Управление стратегией деятельности на рынке.

Глава 1. Определение сверх целей:

- 1 Иерархия целей организации:
 - 1.2 Миссия
 - 1.3 Видение
 - 1.4 Корпоративная стратегия
 - 1.5 Бизнес стратегия
 - 1.6 Функциональные стратегии

Глава 2. Стратегический анализ среды:

- 2.1 Анализ внешней среды:
 - 2.1.1 Анализ конкурентной среды
 - 2.1.2 Анализ макросреды
- 2.2 Анализ внутренней среды:
 - 2.2.1 Анализ и оценивание активов компании
 - 2.2.2 Определение ключевых компетенций
 - 2.2.1 Оценивание активов компании
 - 2.2.2 Определение ключевых компетенций

Глава 3. Разработка стратегии:

- 3.1 Классификация стратегий:
 - 3.1.1 Портфельные стратегии
 - 3.1.2 Базисные стратегии
 - 3.1.3. Стратегии изменения
- 3.2 Генерирование альтернатив:
 - 3.2.1 Понятие стратегической альтернативы
 - 3.2.2 Процесс формулирования стратегий и генерирования альтернатив
- 3.3 Ключевые факторы успеха
- 3.4 Разработка корпоративной стратегии
- 3.5 Разработка бизнес стратегии
- 3.6 Этапы процесса генерирования альтернатив
- 3.7 Определение ключевых показателей

Часть 2. УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ

Введение. Понимание процесса изменений:

- Природа организационных изменений
- Модель организационного изменения
- Два подхода к изменениям

Глава 1. Деловой уровень изменений:

- 1.1 Осознание потребности в изменениях
- 1.2 Этапы процесса изменений:
 - 1.2.1 Этап 1. Формирование единого понимания желаемого будущего
 - 1.2.2 Этап 2. Внедрение изменений:
 - 1.2.2.1 Реконфигурация процессов
 - 1.2.2.2 Переходный период
 - 1.1.3 Этап 3. Поддержка изменений сотрудниками
 - 1.1.4 Этап 4. Оценка прогресса и достигнутых результатов

Глава 2. Личностный уровень изменений:

- 2.1 Психологические особенности и барьеры проведения изменений
- 2.2 Процесс проведения изменений:
 - 2.2.1 Ключевые стратегии внедрения изменений:
 - 2.2.1.1 Создание потребности в изменениях
 - 2.2.1.2 Формирование веры и убежденности
 - 2.2.1.3 Демонстрация процесса
- 2.3 Способы преодоления сопротивления при изменениях

Глава 3. Оценка достижения результатов:

- 3.1 Элементы оценки и мониторинга прогресса
- 3.2 Цикл изменений

Спецификация

Аудитория: менеджеры высшего звена

Продолжительность: 4 дня

Размер группы: 6-12 человек.



advancegroup

Москва, ул.
Зоологическая, 30/2
тел. (495) 605 88 40
605 86 64
www.advance-group.ru
advance@advance.aog.ru