



УТВЕРЖДЕНО:
Протокол заседания
Педагогического совета №1
от 14.03.2022 г

Программа повышения квалификации Курс «Стратегия»

Продолжительность обучения на программе 6 месяцев

Категория слушателей:

Программа курса «СТРАТЕГИЯ» разработана для современных менеджеров-практиков, которые работают в динамичных условиях неопределенности, сложности, непредсказуемости и нелинейности бизнес-процессов.

Цели курса

Помочь Вам приобрести фундаментальные знания в стратегии менеджмента. Способствовать приобретению навыков по комплексной подготовке, планированию. Научить выявлять основные факторы успеха и неудач в этих вопросах.

Формат обучения

В основу технологии обучения положены самостоятельные занятия студента по специально разработанным учебным книгам.

В обучение входит: вводный семинар, 7 учебников, 3 письменных работы (ТМА), 6 очных занятий (тьюториалы), двухдневный профессиональный семинар (школа), интернет-конференция, подготовка к экзамену и сдача экзамена.

Содержание учебных тем

Часть 1: Что такое стратегия.

1. Введение
 - 1.1. Курс «Стратегия»
 - 1.2. Введение в стратегию
2. Значение стратегии
3. Понятие стратегии
 - 3.1. Определение стратегии
 - 3.2. Стратегия: выбор и отличительность
 - 3.3. Как появляются стратегии?
4. Стратегические парадоксы и динамика стратегии
 - 4.1. Успех и провал
 - 4.2. Глобализация и локализация
 - 4.3. Конкуренция и сотрудничество

- 4.4. Контроль и хаос: изменчивость как постоянное состояние
- 4.5. Стабильность и инновации
- 4.6. Итог: смысл парадоксов
- 5. Стратегический процесс
 - 5.1. Что такое стратегический процесс?
 - 5.2. «Стратегический» процесс и организующая схема курса

Часть 2: Анализ внешнего окружения.

- 1. Учебные цели темы
- 2. Макроокружение
 - 2.1. Макрофакторы STEPLE
 - 2.2. Стратегическое влияние макрофакторов
- 3. Отраслевое окружение
 - 3.1. Анализ структуры отрасли
 - 3.2. Экономические детерминанты пяти сил Портера
 - 3.3. Проведение анализа пяти сил
 - 3.4. Динамика отрасли
 - 3.5. Ключевые факторы успеха в отрасли
- 4. Стратегические группы и стратегическое пространство
 - 4.1. Анализ стратегических групп
 - 4.2. Стратегическое пространство и динамика отрасли
- 5. Анализ конкурентов
 - 5.1. Понимание конкурентов на обслуживаемых рынках
 - 5.2. Конкуренты: согласование намерений и способностей
- 6. Конкуренция или сотрудничество
 - 6.1. Конкуренция
 - 6.2. Сотрудничество
 - 6.3. Теория игр
- 7. Сценарное планирование
 - 7.1. Обоснование сценарного планирования
 - 7.2. Сценарное планирование в действии

Часть 3: Внутренний анализ: Ресурсы и способности.

- 1. Учебные цели темы
- 2. Что такое ресурсный подход к стратегии?
 - 2.1. Имеет ли значение отрасль?
 - 2.2. Основы ресурсного подхода
 - 2.3. Понимание источников преимущества
 - 2.4. Присвоение ценности
- 3. Проведение анализа на основе ресурсов
 - 3.1. Аудит ресурсов
 - 3.2. Понимание и анализ способностей
 - 3.3. Сеть Starbucks: заглянем внутрь!
 - 3.4. Бенчмаркинг

4. Связь РПС со знаниями и обучением
 - 4.1. Подход на основе знаний
 - 4.2. Роль организационных обычаев
5. Устойчивость конкурентных преимуществ
 - 5.1. Изменяющиеся основы конкурентных преимуществ
 - 5.2. Конкуренция на новых рынках
 - 5.3. Гибкость в конкуренции

Часть 4: Организация: заинтересованные стороны, предназначение и ответственность.

1. Учебные цели темы
2. Заинтересованные стороны и предназначение организации
 - 2.1. Акционеры или заинтересованные стороны?
 - 2.2. Предназначение организации: определение понятий
 - 2.3. Предназначение коммерческих организаций
 - 2.4. Некоммерческие организации
 - 2.5. Декларация предназначения
3. Заинтересованные стороны организации
 - 3.1. Выявление заинтересованных сторон
 - 3.2. Анализ заинтересованных сторон
 - 3.3. Управление заинтересованными сторонами и их требованиями
4. Корпоративная социальная ответственность
 - 4.1. Организации как хорошие граждане
 - 4.2. Корпоративная этика и корпоративное управление
 - 4.3. «Озеленение» и экологическая устойчивость
 - 4.4. Активность заинтересованных сторон

Часть 5: Корпоративная и конкурентная стратегии.

1. Учебные цели темы
2. Принятие стратегических решений и стратегический выбор
 - 2.1. Что такое стратегическое планирование?
 - 2.2. Взаимосвязи и различия между корпоративной и конкурентной стратегиями
3. Корпоративная стратегия в однопрофильных организациях
 - 3.1. Роль корпоративной опеки
 - 3.2. Варианты корпоративной стратегии: направления роста по Ансоффу
 - 3.3. Дальнейшее проникновение на рынок
 - 3.4. Развитие продукта и расширение рынка
4. Корпоративная стратегия в многопрофильных организациях
 - 4.1. Связанная или несвязанная диверсификация?
 - 4.2. Вертикальная или горизонтальная интеграция
 - 4.3. Слияния и приобретения
 - 4.4. Стратегии сотрудничества
 - 4.5. Решение о диверсификации
 - 4.6. Стратегия сокращения

5. Международная стратегия
 - 5.1. Глобализация
 - 5.2. Многонациональные корпорации
 - 5.3. Типы международной стратегии
 - 5.4. Глобальная стратегия: «организующая схема» Гошала
 - 5.5. Транснациональная компания
6. Конкурентная стратегия
 - 6.1. Общие стратегии по Портеру
 - 6.2. Аprobация и доводка общих стратегий
 - 6.3. Стратегия оздоровления
7. Тестирование и оценка стратегических вариантов и выборов
 - 7.1. Тест Джонсона-Скоулза
 - 7.2. Тест Румельта
 - 7.3. Оценка на основе концепции «4Е»
 - 7.4. Оценка делового риска и привлекательности для акционеров и других заинтересованных сторон

Часть 6: Реализация стратегии.

1. Учебные цели темы
2. Знакомство с опытом реализации стратегии
 - 2.1. Препятствия реализации стратегии
 - 2.2. Как способствовать реализации стратегии
 - 2.3. Процесс реализации стратегии
3. Стратегия и структура
 - 3.1. Всегда ли структура следует за стратегией?
 - 3.2. Основные элементы организационной структуры
 - 3.3. Сложные и динамичные структуры
 - 3.4. Оценка и выбор структур
4. Стратегия и системы
 - 4.1. Операционные системы
 - 4.2. Системы стратегического контроля
5. Стратегия и культура
 - 5.1. Почему важна культура?
 - 5.2. Как культура влияет на стратегию?
 - 5.3. Изменение культуры
 - 5.4. Национальные и организационные культуры
6. Стратеги
 - 6.1. Менеджеры высшего звена
 - 6.2. Менеджеры среднего звена
 - 6.3. Взаимоотношения менеджеров высшего и среднего звена
 - 6.4. Внешние консультанты
 - 6.5. Стратегические сессии
7. Реализация стратегии и стратегические изменения
 - 7.1. Необходимость изменений
 - 7.2. Различные подходы к изменениям

- 7.3. Характер и глубина изменения
- 7.4. Роли в процессе изменения
- 7.5. Управление стратегическими изменениями
- 7.6. Сопротивление изменениям
- 7.7. Модель реализации стратегического изменения

Часть 7: Мыслить и действовать стратегически.

- 1. Учебные цели темы
- 2. Краткое резюме курса
- 3. Навыки мыслящего практика
 - 3.1. Значение для менеджера
 - 3.2. Мыслить как стратег
- 4. Стратегическое мышление и стратегическая деятельность

Итоговая аттестация – итоговая работа