

АНО ОДПО «УЦ «Симбирск-ЛИНК»

УТВЕРЖДЕНО
Ректором АНО ОДПО
«УЦ «Симбирск-ЛИНК»
Люлькин А.В.
«11» ноября 2025 г.



Программа повышения квалификации «Стратегия»

Продолжительность обучения 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 приобрести фундаментальные знания в стратегическом управлении. Способствовать приобретению навыков по комплексному стратегическому анализу и 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 (ПР), 6 очных занятий, двухдневный профессиональный семинар (школа), интернет-конференция в Телеграм-канале, подготовка к экзамену и сдача экзамена.

Содержание учебных разделов:

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. Апробация 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