

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 обычай

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