

**Учебный план дополнительной профессиональной программы
повышения квалификации:**

«Стратегия компании. От теории к практике»

№ п/п	Наименование темы	Описание темы	Всего, час	В том числе			
				Лекции	Практ.	Сам. работа	Итоговая аттест.
1.	Стратегическая и тактическая модели развития компании	Понятие «стратегия компании» и принципы ее формирования. Основные элементы управления в тактической модели. Главные отличия в стратегическом и тактическом управлении компании. Последовательность действий при создании эффективной стратегии. Экспресс-диагностика «На каком уровне зрелости стратегического управления находится ваша компания» (чек-лист + групповое обсуждение кейсов участников).	4	2	2	-	-
2.	Инструменты стратегического анализа	Модели VUCA и BANI как описание турбулентной среды. Оценка рисков макросреды. PEST-анализ и его развитие - STEEP/PESTLE. Оценка и анализ факторов, влияющих на компанию в условиях конкурентной среды. Анализ «5 сил Портера». Применение на практике изученных инструментов стратегического анализа. Проведение PEST- анализа, анализа «5 сил Портера».	6	2	2	2	-

3.	Управление внутренними бизнес-процессами	Анализ основных бизнес-процессов компании, их оценка. Принцип сравнения с конкурентами через конкурентную матрицу. SWOT-анализ, его расширенная версия и их применение. Картирование и оценка ключевых бизнес-процессов. Поиск «узких мест» для оптимизации процессов. Решение практического примера. Конкурентная матрица и расширенный SWOT (SWOT + TOWS). Переход от анализа к конкретным решениям. Разбор и обсуждение практического кейса.	8	2	4	2	-
4.	Анализ эффективности бизнес-модели	Анализ текущей бизнес-модели. Метод оценки по Остервальдеру, гибридный метод оценки эффективности бизнес-модели. Матрица конкурентов. Пример построения и «стресс-тест» бизнес-модели. Поиск точек роста и рисков через матрицу конкурентов.	6	2	2	2	-
5.	Ценности, миссия и видение компании	Что такое «ценности» и «миссия» компании? Как они влияют на систему принятия решений непосредственными руководителями. Почему «видение» так важно в стратегическом менеджменте. Этапы создания видения как главной цели компании и его составляющие.	4	2	-	2	-
6.	Управление по целям. Сценарность	Система каскадирования целей от видения до конкретных KPI. Система сбалансированных показателей. Каскадирование целей от видения до конкретных KPI; система	8	2	2	4	-

		сбалансированных показателей (BSC). OKR как альтернатива/дополнение KPI: отличия, критерии применимости, типичные ошибки внедрения. Практический пример каскадирования одной стратегической цели до уровня отдела и сотрудника с использованием шаблона KPI/OKR.					
7.	Создание уникального торгового предложения (УТП) компании	Определение УТП. Как его правильно создавать на практике. Оценка удовлетворенности клиентов/CSI (Customer Satisfaction Index) как основа при формировании УТП. Разработка УТП для продукта/услуги. Работа в малых группах.	6	2	2	2	-
8.	Цифровые инструменты и ИИ в стратегическом менеджменте	Обзор цифровых инструментов для стратегической работы. Возможности и ограничения ИИ-инструментов при проведении стратегического анализа, генерации гипотез и подготовке презентаций для совета директоров. Сборка мини-дашборда стратегических показателей и проверка одной из ранее сделанных гипотез с помощью ИИ-ассистента.	6	2	2	2	-
9.	Стратегический замысел и план мероприятий	Краткий стратегический замысел, формулировка. Создание конкретного плана по внедрению стратегии компании. Применение системы контроля и визуализации. Формулирование краткого стратегического замысла; переход от анализа к конкретному плану внедрения. Контроль и	6	2	2	2	-

		визуализация реализации стратегии с помощью диаграммы Ганта и дорожных карт. Практикум: сборка итогового плана мероприятий и дорожной карты по своему проекту, подготовка к защите.					
10.	Итоговая аттестация	Зачет	2	-	-	-	2
	ИТОГО		56	18	18	18	2