

Программа курса «Стратегия компании. От теории к практике»

Номер	Название темы	Количество часов	Описание темы
1	Стратегическая и тактическая модели развития. Их отличия	2	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.
2	Классические инструменты стратегического анализа	6	Оценка рисков макросреды рынка с помощью инструментов PEST-анализа. Оценка и анализ внешних факторов, влияющих на компанию в условиях конкурентной среды, с использованием инструментов «5 СИЛ ПОРТЕРА».
3	Управление внутренними бизнес-процессами	6	Анализ основных бизнес-процессов компании, их оценка. Принцип сравнения с конкурентами через конкурентную матрицу. SWOT-анализ, его расширенная версия и их применение.
4	Анализ эффективности бизнес-модели	6	Анализ текущей бизнес-модели. Метод оценки по Остервальдеру, гибридный метод оценки эффективности бизнес-модели. Матрица конкурентов.
5	Ценности, миссия и видение компании.	2	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.
6	Управление по целям. Сценарность	6	Система каскадирования целей от видения до конкретных KPI. Система сбалансированных показателей.
7	Создание уникального торгового предложения (УТП) компании	6	Определение УТП. Как его правильно создавать на практике. Оценка удовлетворенности клиентов/CSI (Customer Satisfaction Indication) как основа при формировании УТП.
8	Стратегический замысел и план мероприятий	4	Краткий стратегический замысел, формулировка. Создание конкретного плана по внедрению стратегии компании. Применение системы контроля и визуализации с помощью Диаграммы Ганта.
9	Итоговая аттестация	2	Зачет.

