



Стратегический МЕНЕДЖМЕНТ

Лекция 4-СМ

Как написать КР по «Стратегическому менеджменту»

26 сентября 2016 года



Профессор кафедры экономической
теории и менеджмента

Фомин Александр Анатольевич,

agrodar@mail.ru



Инфографика по книге
Стивена Кови,
признанного авторитета в области
лидерства, специалиста по
семейным и организационным
проблемам, соучредителя и вице-
председателя совета директоров
компании FranklinCovey Co.,
**«Семь навыков. Мощные
инструменты развития
личности».**

1

Будьте проактивны

Факторы, на которые вы влияете:

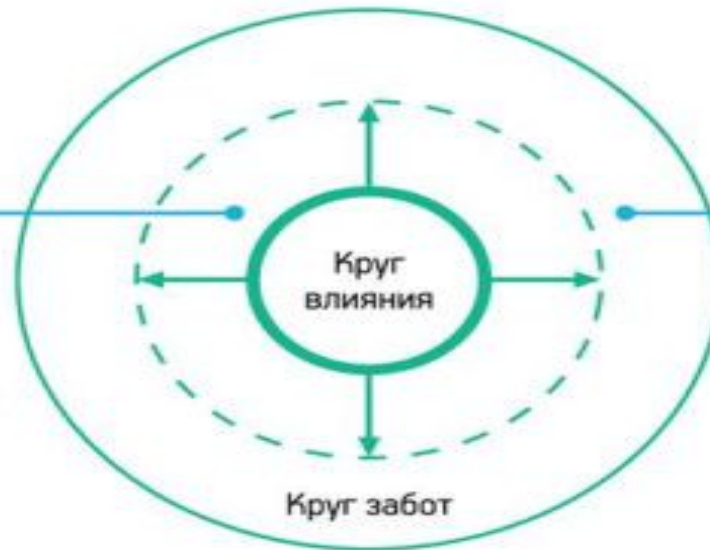
- настроение
- собственное здоровье
- навыки
- выбор работы
- личные доходы
- время на работу и отдых

Формировать и расширять внешние границы.

Факторы вне вашей зоны контроля:

- погода
- политика
- экономика
- общественный транспорт
- слабости других людей
- форс-мажорные обстоятельства

Принимать как данность и учиться жить с этим.



2

Начните представляя конечную цель



Каким вы хотите быть?

Что вы хотите делать?

Ваши ценности и принципы

Составьте положения вашей личной миссии:

ХАРАКТЕР

+

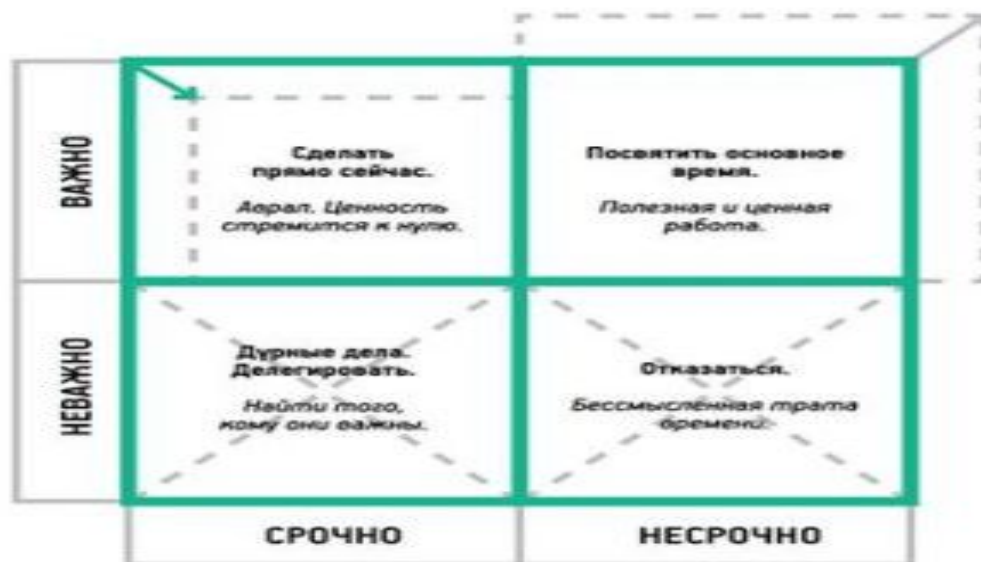
ВКЛАДЫ И ДОСТИЖЕНИЯ

+

ОСНОВА ПОСТУПКОВ

3

Сначала делайте то, что необходимо делать сначала



Еженедельное планирование в квадрате 2 (важно-несрочно)



5

Сначала стремитесь понять,
потом — быть понятым

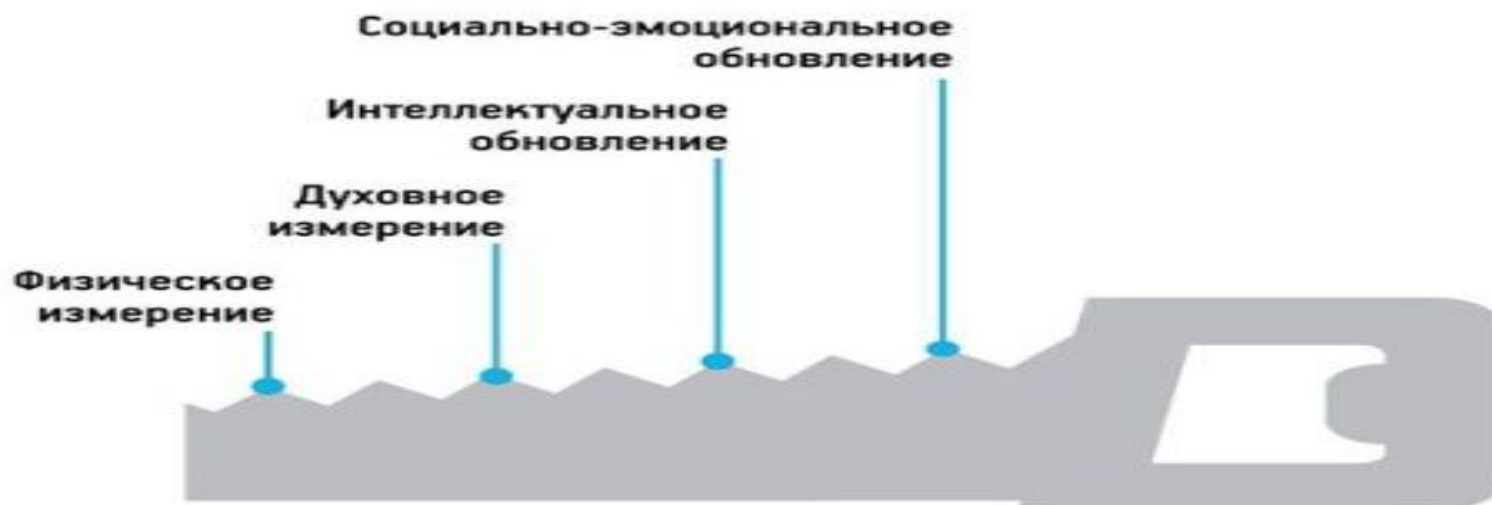


Развивайте эмпатическое слушание



7

Затачивайте пилу



Выдерживайте баланс




Желаемый результат

Ресурсы и средства

Типы Курсовой работы

1. Прикладные:

- Разработка стратегии проф. ориентации (абитуриенты)*
 - Стратегии в интернет-маркетинге*
- Выбор стратегии развития студенческого журнала*

- 
- 1. 2. Продолжение и развитие Курсовой ТМ:
Выбор стратегии в спортивном менеджменте,
Разработка стратегии в кадровом менеджменте
и т.д.**

3. Выбрать из новых тем курсовых работ по дисциплине «Стратегический менеджмент»


Особенности оперативного и стратегического управления фирмой.

Необходимость стратегического менеджмента.

Проблемы и трудности стратегического управления.

Стратегическое управление как совокупность взаимосвязанных управленческих процессов.

Выполнение стратегии – залог успеха и достижения поставленных целей.



Ситуационный анализ, его особенности и содержание.

Базисные (эталонные) стратегии развития бизнеса.

Основные действия и шаги при выборе стратегии фирмы.

Основные стадии выполнения стратегии.

Роль организационной структуры с позиции выполнения стратегии фирмы.

Роль организационной культуры в реализации стратегии.

Видимые и скрытые элементы стратегии фирмы.

Цели фирмы как способ объединения людей и важнейшая задача стратегического менеджмента.

Стратегический менеджмент как непрерывный процесс.

Эффективность стратегического менеджмента и лидеры стратегических изменений.

Корпоративная стратегия.

Стратегии маркетинга и роста фирмы.

Схема включения маркетинга в стратегическое управление фирмой.

Стратегический контроль маркетинговой деятельности и содержание плана ревизии.

Выбор стратегии роста фирмы.

Особенности стратегии роста малых фирм.

Особенности



Зависимость стратегии товара от стратегии фирмы.

Качество трудовых ресурсов – залог выполнения стратегии фирмой.

Стратегия фирмы как единство миссии фирмы и иерархии целей фирмы.

Стратегическое решение как сфера риск-менеджмента.

Прогнозирование стратегических последствий принимаемых решений.

PEST -анализ тенденций, имеющих существенное значение для стратегии организации.

Анализ и диагностика внутренней среды.

Риск, связанный с реализацией стратегии дифференциации.

Основные типы стратегий



Группы

Стратегии

**Концентрированный
рост**

Усиление позиций на рынке

Развитие рынка

Развитие продукта

**Интегрированный
рост**

**Обратной вертикальной
интеграции**

**Вперед идущей вертикальной
интеграции**

**Диверсифицированный
рост**

**Центрированной
диверсификации**

**Горизонтальной
диверсификации**

**Конгломератной
диверсификации**

Сокращения

Ликвидация

“Сбор урожая”

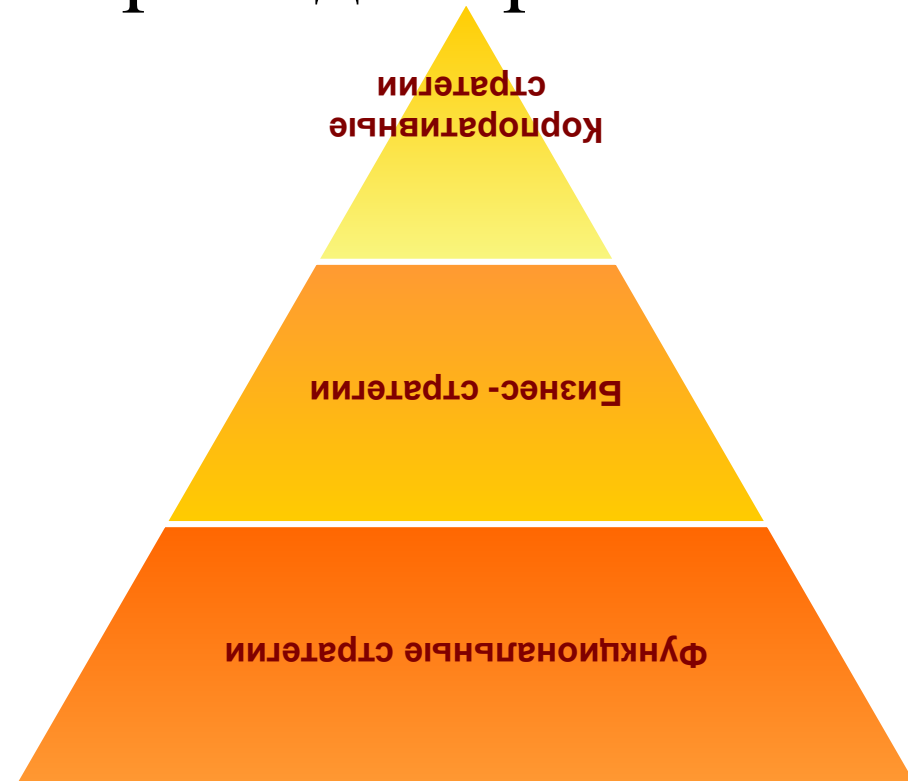
Сокращение структуры

Сокращение расходов

Характеристика корпоративной стратегии

- 1. Корпоративная стратегия**
 - ❖ Объект – диверсифицированная корпорация. Направленность на объединение в единое целое стратегий нескольких бизнес-единиц
- 2. Бизнес-стратегия**
 - ❖ Объект – стратегия бизнес-единицы или бизнес-направления. Направленность на приобретение устойчивых конкурентных преимуществ бизнес-единиц или направлений
- 3. Функциональная стратегия**
 - ❖ Объект – функциональные аспекты деятельности. Направленность на совершенствование маркетинговой, производственной, операционной, финансовой и др. стратегий. Низший уровень стратегий.

Пирамида стратегий



Основные виды функциональных и бизнес-стратегий

Стратегия корпоративного уровня:

Каким бизнесом мы занимаемся?

Корпорация

Стратегия бизнес-единиц:

Как мы ведем конкурентную борьбу?

Производство
текстиля

Химическое
производство

Производство
комплектующих

Стратегия функционального уровня:

Как мы поддерживаем стратегию подразделений?

Маркетинг

НИР

Финансы

Производство

УЧР

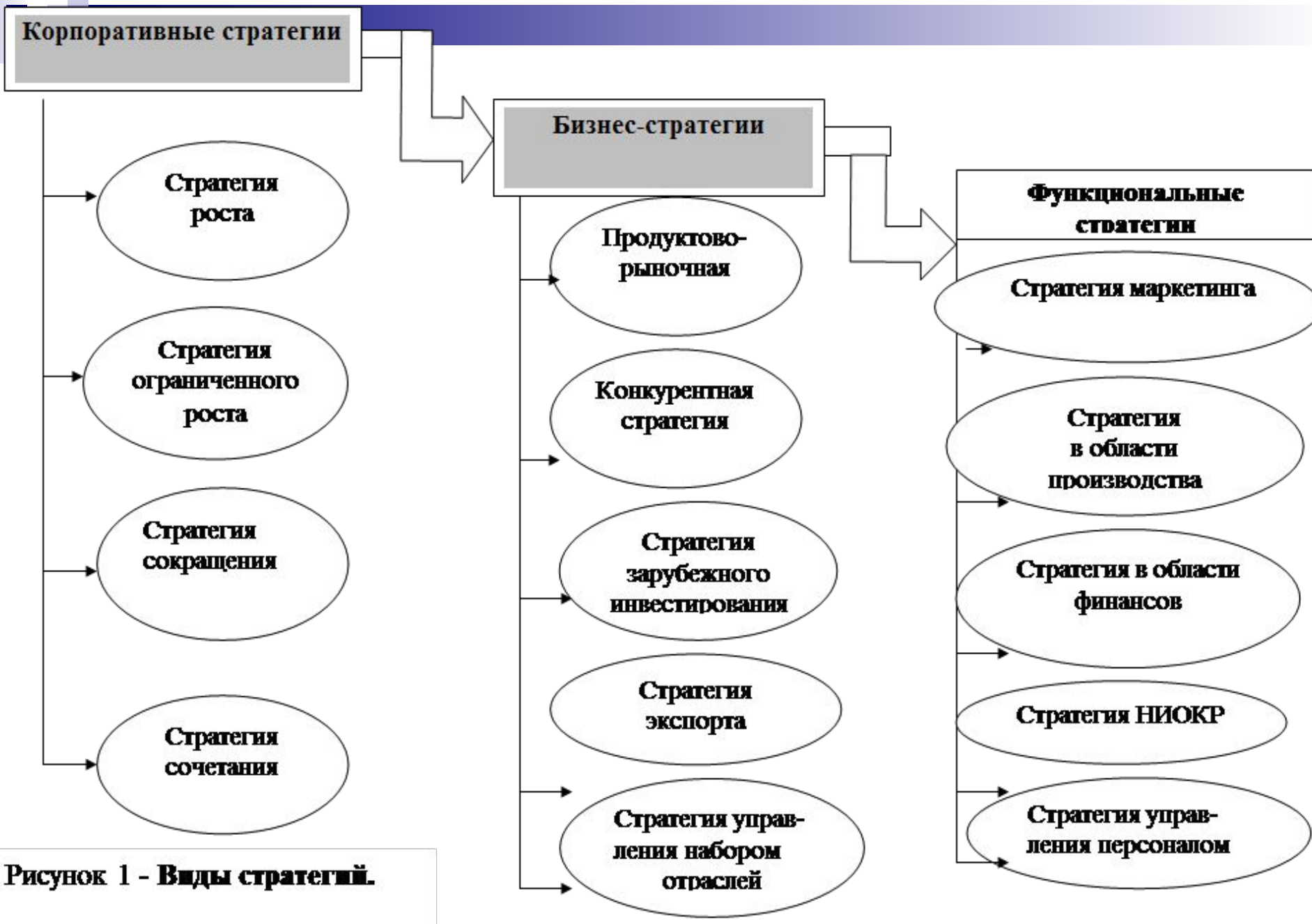


Рисунок 1 - Виды стратегий.

ВИДЫ КОРПОРАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ.

СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОГО РОСТА.

ТИП СТРАТЕГИИ	ЧТО ДЕЛАЕТСЯ	ПРИ КАКИХ УСЛОВИЯХ
Концентрическая диверсификация.	Организация новых бизнесов, совпадающих с основным профилем фирмы.	<ul style="list-style-type: none"> • Когда темпы роста отсутствуют, или ограничены. • Когда добавление новых продуктов способно расширить реализацию традиционных продуктов. • Когда нужно компенсировать сезонные колебания спроса. • Когда основной ассортимент компании находится на завершающей фазе жизненного цикла
Конгломеративная диверсификация.	Организация новых бизнесов, не совпадающих с профилем фирмы.	<ul style="list-style-type: none"> • Когда в базовой отрасли существует тенденция снижения объемов продаж и нормы прибыли. • Когда существующие рынки для продукции фирмы близки к насыщению. • Когда новый бизнес представляется привлекательным объектом для инвестиций. • Когда фирме доступны необходимые ресурсы.
Горизонтальная диверсификация.	Организация выпуска новой, не совпадающей с профилем фирмы, продукции для традиционных потребителей.	<ul style="list-style-type: none"> • Когда добавление новых, непрофильных продуктов способно расширить реализацию традиционных продуктов. • Когда традиционные каналы товародвижения могут быть использованы для продвижения новой продукции. • Когда реализация новой продукции не приведет к сокращению продаж продукции традиционной. • Когда в отрасли низкая норма прибыли.

Эволюция подходов к разработке стратегии

Адаптивный
подход



Разработка стратегии как необходимая реакция на импульсы внешней среды

Интуитивный
подход



Разработка стратегии как интуитивный процесс, осуществляемый на основе интуиции руководителя.

Формализованный
подход



Разработка стратегии как глубокий научно-обоснованный процесс

Портфельные модели анализа стратегии, матрица БКГ

- Портфельные модели определяют настоящее и будущее положение бизнеса с точки зрения привлекательности рынка и способности бизнеса конкурировать внутри него.
- Первоначальной, классической портфельной моделью является

матрица БКГ

(Бостонской консультационной группы)

Темп роста рынка сбыта

высокий

низкий

«Звезды»

«Проблемные
товары»

«Дойные
коровы»

«Собаки»

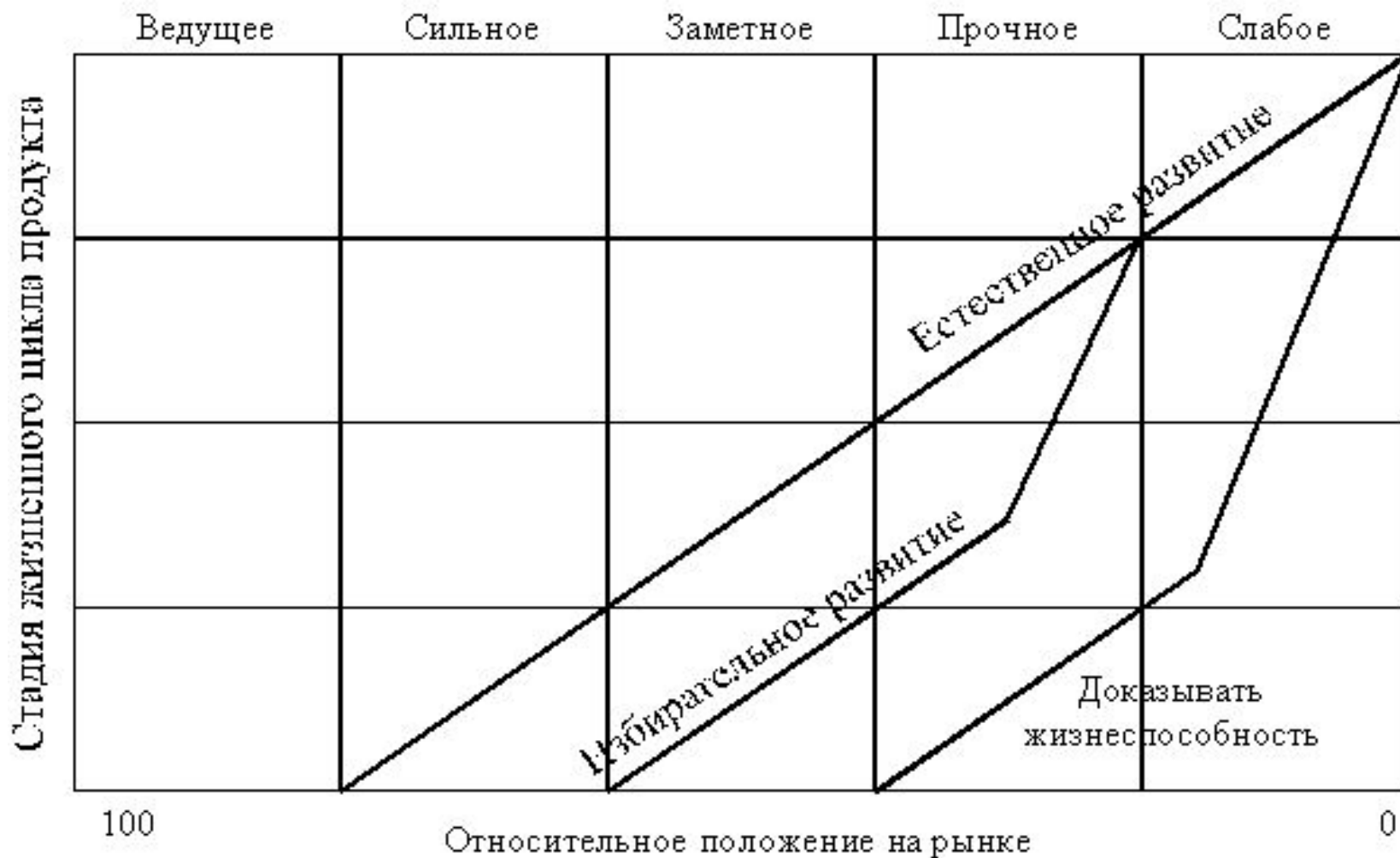
высокая 2.0 1.0 0.5 низкая

Относительная доля на рынке

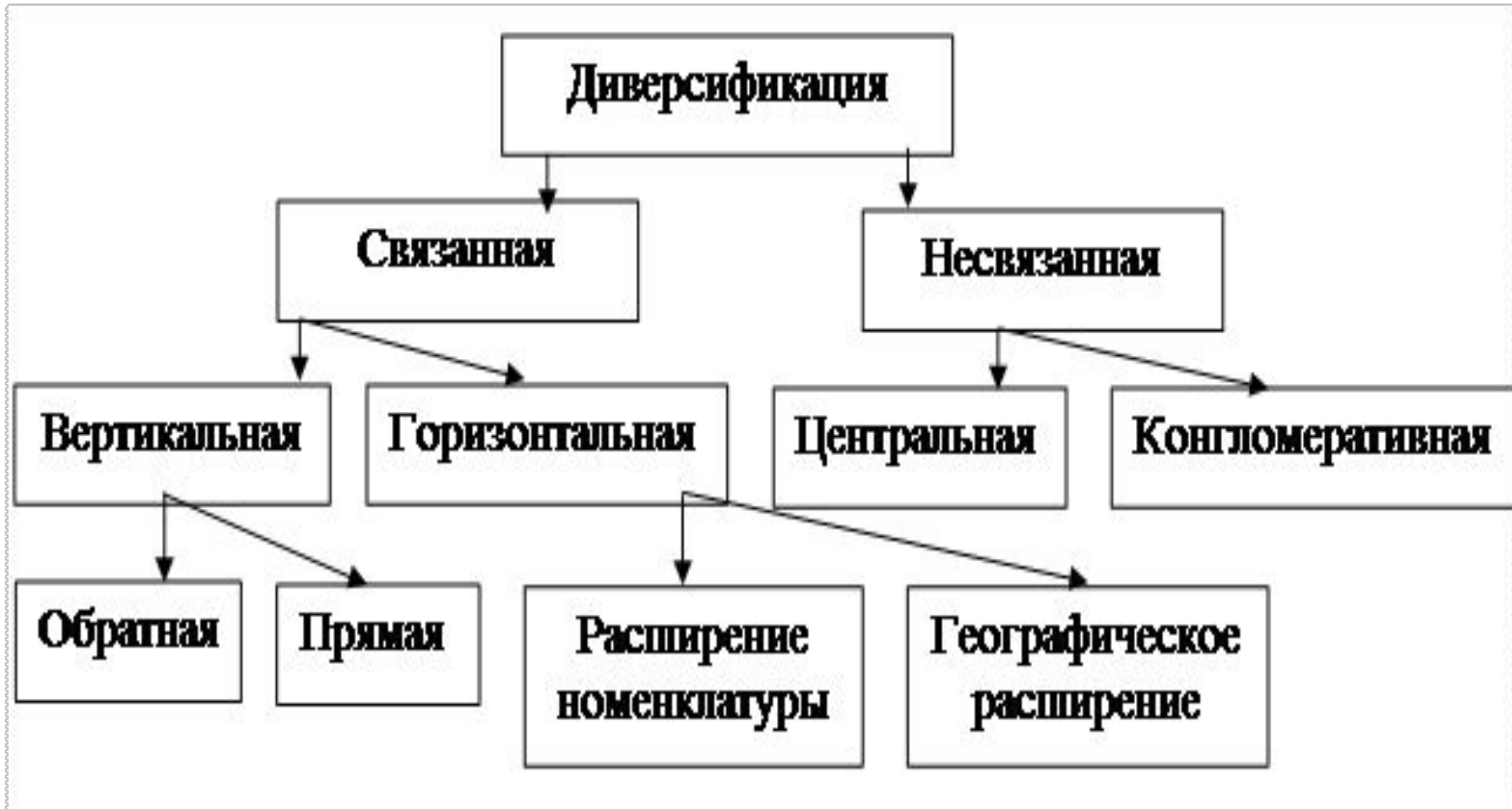
Выведение из борота, если товар не может быть «Звездой»

Выведение из борота, если товар не дает прибыли

Матрица ADL



Виды стратегии дифференциации



27 сентября старосты присылаю мне список с темами Курсовой работы

- **28 сентября для всех, кто не выбрал сам тему, я назначу тему, например:**
- *Анализ и выбор инновационной стратегии поведения предприятия, как сердцевина стратегического управления*
- *Сравнение сущности и целей различных систем портфельного анализа при формировании стратегий.*


Эссе 2 ИТОГИ

31М: Плакунова Анастасия, Штефанов Антон, Московкина Юлия, Ермаков Андрей, Плотникова Юлия, Морозова Светлана, Федоров Никита, Мельник Мария, Старовойтов Стас
+0,5 Кушнирук Виктория, Буйвол Александра

32М: Одегова Екатерина, Удалова Евгения, Лукина Анастасия, Малькова Стефания, Борозненко Ирина, Мкртчян Анжелика, Ильфат Салахов

33М: Будыка Людмила, Занина Полина, Шленская Анастасия, Мазалева Ксения



- 
1. Разработка стратегии управления человеческими ресурсами организаций.
 2. Основная идея интерактивного стратегического планирования.
 3. Командообразование, работа в коллективе.

БЛИЖАЙШИЕ ЛЕКЦИИ

ниже примеры участия

Различия управления персоналом и управления человеческими ресурсами

Управление персоналом

-является

- практической и инструментальной областью;
- принятая в компании практика работы;
- реагирующий и диагностический характер;
- направленность на коммерческие цели;
- краткосрочность перспектив;
- люди рассматриваются как издержки, которые необходимо контролировать;
- сотрудники- это факторы производства (обеспечение нужных людей в нужных местах);
- рассматривает коммуникации с коллективными представителями, достижение уровня конкурентоспособности в выполнении своих текущих обязанностей.

Управление человеческими ресурсами

- стратегический характер;
- глобальные аспекты менеджмента перемен;
- предписывающий характер и касается стратегий;
- определяет общие направления политики компании;
- расширение и социального партнерства и трудовых отношений;
- имеет долгосрочную перспективу;
- персонал с позиций инвестиций;
- сотрудники- это объект корпоративной стратегии, фактор преимущества в конкурентной борьбе;
- рассматривает необходимость прямых коммуникаций с работниками, условия для внедрения гибких методов работы, регулирование конфликтов лидерами рабочих групп, групповая работа, улучшение долгосрочных возможностей работников.

Согласно И. Ансоффу

(«Новая корпоративная стратегия» - СПб, Питер, 1999)

- В чем разница между стратегическим планированием и стратегическим менеджментом?
- Стратегическое планирование сфокусировано на принятии оптимальных стратегических решений, в то время как стратегический менеджмент связан с достижением стратегических результатов: новых рынков, новых товаров и /или новых технологий.
- Перефразируя Питера Друкера, стратегическое планирование - управление планами, а стратегический менеджмент - управление результатами.

ДО



**Берем
группу различных
работников**

Создаем общую
цель

Вводим систему
управления

Налаживаем
общение

Повышаем
сплоченность

Формируем
срабатываемость

ПОСЛЕ



**Получаем
эффективную
команду**

Хотеть недостаточно,
надо действовать.

© Гёте

