

Modulul 5

MANAGEMENT STRATEGIC PENTRU TINERII ANTREPRENORI

Rolul modulului „Management strategic pentru tinerii antreprenori” este de a crea abilități strategice la nivelul cursanților ce pot fi aplicate în cadrul organizației pe care o vor dezvolta, organizație proprie sau cea în care își desfășoară activitatea. De asemenea cursanții se vor familiariza cu terminologia și conceptele specifice managementului strategic, precum și tipurile de strategii, analize de piață și concurențiale, înțelegerea la nivel local și global a contextului. Modulul este structurat pe 4 teme care se vor parcurge atât în cadrul activităților față în față (curs și aplicații), cât și prin studiu individual.

În cadrul primei teme, Conceptul de management strategic, sunt definite conceptele necesare în managementul strategic și sunt descrise caracteristicile și principiile procesului de management strategic. Se prezintă pe larg gândirea strategică și abordarea strategică din cadrul unei organizații în era internetului, modificările ce au loc în mediul concurențial datorită noilor tehnologii IT precum și modelul de business al comerțului electronic.

Strategia unei companii este detaliată în etapele sale de la misiune, viziune până la prezentarea scopurilor și obiectivelor și a întregii derulări a procesului de management strategic subliniindu-se importanța întrebărilor strategice, a abilităților manageriale, a modului de formulare și alegere a strategiilor.

Tema 2 vizează Analiza mediului intern și extern al unei afaceri. O atenție deosebită se va acorda rolului pe care îl joacă aceasta în stabilirea unor ținte strategice, obiective, standardelor etice precum și modului în care se face analiza mediului intern și extern al unei companii.

Extrem de importantă este Analiza SWOT în care se vor defini cele patru arii: puncte slabe, puncte tari, oportunități și amenințări. O dată identificate, aceste arii sunt analizate și prioritizate, urmând ca ulterior ele să stea la baza identificării alternativelor strategice.

La aplicațiile aferente acestei teme cursanții vor realiza individual sau în grup, o analiză SWOT.

În cadrul Temei 3 Elaborarea strategiei la nivelul firmei, cursanții vor învăța să elaboreze o strategie corespunzătoare firmei pe care și-au propus să o dezvolte și le vor fi prezentate în detaliu diverse tipuri de strategie.

Tema 4 Implementarea strategiei constituie practic modul în care se implementează o strategie de la cadrul general până la monitorizare și evaluare. Important este ca cursanții să înțeleagă cum vor alinia bugetele în cadrul strategiei alese, cum vor alege sistemul de motivare și compensare al personalului, cum vor folosi resursele organizației și cum vor constitui sisteme de suport al strategiei respective.

În evaluarea activităților acestui modul se alocă o pondere de 40% participării la activitățile desfășurate (raportări ale activității desfășurate pe grupuri), 40% este alocată studiului de caz și 20% reprezintă evaluarea finală, care folosește ca instrument de evaluare portofoliul. În evaluare se va urmări modul în care cursanții pot demonstra:

- aplicarea corectă în practică a noțiunilor specifice domeniului managementului strategic
- analiza de mediu, stabilire de strategie, implementare, corecție
- abordarea critică a conceptelor, teoriilor și principiilor de acțiune
- completarea corectă a unei analize SWOT la nivel de organizație
- abilități de comunicare eficientă în cadrul grupului pentru rezolvarea unor situații/sarcini de lucru comune.

Rolul acestui curs este de a prezenta cursanților elemente de nivel mediu despre managementul strategic al unei companii, oferindu-le oportunitatea de a-și dezvolta și exersa adecvat abilități specifice necesare elaborării și implementării unei strategii la nivelul organizației ținând cont de contextul în care o aplica , de piață și de concurență.

Atenție! Pentru suportul de curs și pentru alte materiale suplimentare trebuie să vă autentificați.