



## Стратегическо планиране

### Резюме

Задължение на висшето ръководство на всяка организация е да използва възможностите за бизнес и да ликвидира заплахите срещу бизнеса. Целта е дългосрочно оцеляване и успех. Това е основната задача на стратегическото планиране.

Стратегическото планиране започва с идентифициране на стратегически императиви или възможности за развитие на бизнеса. Основателите на организацията и/или висшето ръководство определят мисията и целите, за постигането на които се разработват стратегическите планове.

Стратегическото планиране обхваща изпълнението на важни дейности като: анализ и диагноза на общата бизнес среда, на индустриалната и международната бизнес среда, на вътрешните фактори. Целта на тези дейности е изследване на средата и диагноза на въздействието на заплахите и възможностите за бизнес. Успоредно с това стратегическото планиране изисква от организациите да определят силните и слабите си страни. Анализът е основа за откриване и избор на стратегически алтернативи, варианти на стратегии и в крайна сметка избор на стратегия. Избраната стратегия определя общата насока за развитие, но внедряването ѝ изисква както разработването на политики и стратегически планове за постигане на целите и изпълнение на мисията на организацията, така и осигуряване на необходимите ресурси и организационни промени. Изпълнението на стратегическия план от своя страна изисква постоянна оценка, контрол за постиженията и внасяне на корективи, ако е необходимо.

Този курс е планиран така, че да опише основни цели, процеса и задачите на стратегическото планиране.

### Какво цели да ви даде този курс?

- Разбиране на концепцията и процеса на стратегическо планиране;
- Типичната структура на стратегическия план и най-важните му компоненти като: мисия, цели, стратегически анализ на макро-, микро- и вътрешната среда; стратегически алтернативи, бизнес модел, маркетингова стратегия;
- Методи за анализ и работа, приложими при разработването на стратегическия план: PESTE/STEEP, 5-те сили на Портьър, SWOT, 4M, ETOP, SAP, Анализ на бизнес модели;
- Разбиране на ролята и отговорностите на стратезите във всяка стъпка от процеса на стратегическо планиране.
- Примери, и практическа работа по казуси и упражнения за изследване и разработване на елементи на стратегически план.

### За кого е предназначен този курс?

- Мениджъри от високи управленски нива;

- Специалисти, ангажирани с разработване на цели или на отделни части от стратегически планове;
- Маркетингови специалисти. Специалисти по разработване на нови продукти;
- Предприемачи или създатели на стартиращи предприятия;
- Мениджъри в държавната и общинската администрация;

## Предварителни изисквания

Няма предварителни изисквания

## Разгледани теми

### 1. Въведение в стратегическото планиране.

Определение. Защо стратегическо планиране е важно. Разлики между краткосрочно и стратегическо планиране. Как стратегическото планиране може да се отрази на личната ви кариера. Процес на стратегическо планиране. Стратегически решения, планове и политики. Връзка между корпоративната стратегия и функционалните политики и планове. Инструменти в помощ на стратегическото планиране. GAP-Анализ. Времеви хоризонти. Примери.

### 2. Елементи на стратегическото планиране: типични нива на стратегическо планиране, роли и отговорности.

Кой в организацията се занимава със стратегическо планиране? Стратегът като лидер. Стратези на корпоративно ниво: Съвет на директорите/Управителни съвети; Изпълнителни директори/Управители; Предприемачи; Фамилен бизнес. Стратегически единици. Участници от по-ниски управленски нива.

### 3. Мисия и цели

Два основни въпроса: В кой бизнес сме? Защо сме в този бизнес? Дефиниране на бизнеса и на мисията. Бизнес модел. Защо бизнес моделът е важен. Дефиниране на целите. Измерване на постиженията. Фактори, влияещи на определянето на мисията и целите. От стратегически към оперативни цели.

### 4. Анализ на общата среда. Методи за анализ на общата среда. Какво да анализираме?

Защо е необходим анализ на общата среда? Инструменти – PESTE/STEEP анализ. Политически, икономически, социални, технологични и екологични фактори. Източници на информация. Диагноза.

### 5. Анализ на индустриалната и международната среда. Методи за анализ.

Инструменти – Петте сили на Портьър, 4М, Анализ от перспективата на бизнес модела, изследване на сценарии, Профил на възможностите и заплахите, произтичащи от средата

ETOP (Environmental Threat and Opportunity Profile). Индустиална среда. Клиентски сектор. Идентифициране на купувачите. Демографски фактори. Географски фактори. Достъпност и цени на суровини, материали и компоненти. Достъпност и цена на енергия, финансиране и човешки ресурси. Сектор на конкурентите. Навлизане/излизане на основни конкуренти на/от пазара. Защо е важно да изследваме бизнес моделите на конкурентите?

## 6. Анализ на вътрешната среда

Кои вътрешни фактори да изследваме? Маркетинг и продажби. Изследователска и развойна дейност: нападателни и защитни подходи. Производство и управление. Корпоративни и човешки ресурси. Финанси и счетоводство. Типични показатели. Анализ на силните и слабите страни, възможностите и заплахите: SWOT анализ. Профил на стратегическите предимства: SAP (Strategic Advantage Profile). Как да използваме резултатите от тези анализи?

## 7. Общо приложими стратегически алтернативи

Стратегически алтернативи и дефиниране на бизнеса. Общо приложими стратегии: разширяване, свиване, осигуряване на стабилност, комбинирани стратегии. Бизнес стратегиите като военна стратегии: защитна, нападателна, флангова атака, партизанска. „Разпакетиране“ на корпорацията.

## 8. Стратегически избор

Процес на стратегически избор. Твърде много алтернативи: Кои от тях да разгледаме? Кои фактори влияят на избора? Насоки за избор на стратегия.

## 9. Внедряване на стратегията

Процес на внедряване на стратегията. Разпределяне на ресурси. Инструменти в помощ на разпределянето на ресурси: бюджетиране. Организационно осигуряване. Прилагане на проектен подход. Планове, политики, лидерство. Някои често използвани политики и планове: за финанси и счетоводство (капитал, лизинг/закупуване, финансов риск, използване на активите; за маркетинг и продажби; за производство и операции; за развойна и изследователска дейност; за персонала. Внедряване на лидерството.

## 10. Оценка и контрол на стратегията

Процес на контрол и оценка. Мястото и ролята на стратезите. Мотивиране на стратезите. Някои ключови фактори за успех. Как се създава и внедрява метрика. Избор и конструиране на ключови индикатори за изпълнението (KPI). Използване на метриците. Поддържане на стратегическото направление или промяна на посоката, да е станало късно.

Обобщение на материала.

Изследване на бизнес казуси, упражнения, практическа работа .



УЧИЛИЩЕ ЗА  
БИЗНЕС  
КОМПЕТЕНЦИИ  
KOMPETENTNEN  
BIZNES

БЪДИ КОМПЕТЕНТЕН!

## Продължителност и форма

2 дни, 16 учебни часа. Присъствена, която обхваща лекции, упражнения и бизнес казуси. Всеки ден обхваща 4 блока с дължина 1:30 ч., разделени с кафе паузи и обедна почивка, както е показано на схемата:

Продължителност	1:30	0:15	1:30	1:00	1:30	0:15	1:30
	Блок 1	Кафе пауза	Блок 2	Обедна почивка	Блок 3	Кафе пауза	Блок 4

## Сертификати

Курсистите получават удостоверение за придобита компетентност по част от професия и кредити за професионална квалификация.

## Цена

450 лева без включен ДДС. Цената е за един курсист.

За фирмено обучение на групи до 15 човека - 1200 лв. без ДДС за учебен ден.

## Какво включва цената?

Обучение от квалифицирани преподаватели

Учебна книга и материали

Удостоверение за придобита компетентност по част от професия

Кафе паузи

Кетъринг