

€ TRAINING

التفكير الاستراتيجي والتخطيط

5 - 9 مايو 2024
القاهرة (مصر)



التفكير الاستراتيجي والتخطيط

رمز الدورة: J457 تاريخ الإنعقاد: 5 - 9 مايو 2024 دولة الإنعقاد: القاهرة (مصر) - التكلفة: 3520 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

المؤسسة بدون استراتيجية كالسفينة بدون دفة قيادة، فكيف يمكن أن تستمر المؤسسات بتقديم قيمة استثنائية لأصحاب المصلحة والعملاء إذا لم تكن وجهتهم واضحة ولا يعرفون كيفية الوصول إليها؟ الجواب: لا يستطيعون، هنا يصبح دور الاستراتيجية أساسياً، فالاستراتيجية تتمحور حول وضع أهداف طموحة وفهم البيئة المحيطة الحالية والمستقبلية.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- التمكن من تطوير كل خطوة من خطوات إدارة الاستراتيجية.
- معرفة الحالات الحديثة في الاستراتيجية بما في ذلك "ستاريكس وأيكيا وسيرك دو سولي" وغيرها من المؤسسات الموجودة في منطقة الشرق الأوسط.
- معرفة أهم الأدوات والأطر الاستراتيجية والقيام بالتطبيق العملي خلال الدورة.
- تطبيق التفكير الاستراتيجي والتحليل البيئي وتحديد طموح المؤسسة.
- توظيف عملية إدارة الاستراتيجية لتحقيق الهدف المنشود.
- تقييم واختيار الاستراتيجيات التي تقدم ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسة.
- تحديد الأهداف الاستراتيجية ومؤشرات الأداء الرئيسية والمستهدفات الرقمية الذكية للمؤسسة.
- تحويل الخطط الاستراتيجية إلى خطط تشغيلية من خلال إنشاء مبادرات استراتيجية وأنشطة متسلسلة.
- المشاركة في دورة إدارة الأداء لضمان التنفيذ السليم للاستراتيجية المختارة.

الفئات المستهدفة:

- القيادات الإدارية بالوزارات والهيئات والدوائر الحكومية والخاصة.
- مديرو الإدارات ورؤساء الأقسام ومسؤولو الوحدات التنظيمية.
- قيادات المنظمات التي تتطلع منظماتهم للتخطيط الاستراتيجي.
- المرشحون لتولي المناصب القيادية والإدارية بالمؤسسات الحكومية والخاصة.
- كافة العاملين بالقطاع الحكومي والخاص المرشحين لمناصب إدارية يلزمها التخطيط وصنع القرار.
- كافة القيادات المسؤولة عن التخطيط واستشراف المستقبل وكذلك تنفيذ السياسات والأهداف بالمنظمات المختلفة.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

التفكير الاستراتيجي والتخطيط:

- عملية إدارة الاستراتيجية.
- التفكير الاستراتيجي مقابل التخطيط الاستراتيجي.
- الاستفادة من الإدارة الاستراتيجية.
- تطور نماذج الاستراتيجية.
- الانتقال من التخطيط الاستراتيجي إلى التخطيط المؤسسي.

الوحدة الثانية:

التحليل البيئي:

- تحليل الاستراتيجية.
- تأثير القوى التنافسية الخمسة لبورتر على ربحية الصناعة المحتملة.
- إضافة القيمة والحصول عليها.
- القيام بتحليل "SWOT"
- مخطط "SWOT"
- أساسيات أطر عمل تحليل "PEDESTL"

الرؤية والرسالة والقيم:

- استخدام الرؤية والرسالة.
- تعريف الرؤية.
- تعريف الرسالة.
- صياغة الرؤية والرسالة.
- تبني قيم المؤسسة.
- توصيل الرؤية والرسالة والقيم.

الوحدة الثالثة:

تقييم الخيارات الاستراتيجية:

- الأهداف الرئيسية الثلاثة للاستراتيجية التنافسية.
- هرم الاستراتيجية.
- الاستراتيجيات التنافسية العامة لبورتر.
- استراتيجية الريادة في التكلفة.
- الابتكار في سلسلة القيمة الصناعية.
- تطوير الميزة التنافسية.
- منحى القيمة.

الوحدة الرابعة:

الأهداف الاستراتيجية ومؤشرات الأداء الرئيسية والمستهدفات:

- ضمان المواءمة الاستراتيجية للمؤسسة.
- تطوير أهداف استراتيجية فعالة.
- استخدام بطاقة الأداء المتوازن.
- إنشاء عناصر النجاح الرئيسية.
- استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية.
- خصائص مؤشرات الأداء الرئيسية الصحيحة.
- تطوير أنواع مختلفة من مؤشرات الأداء الرئيسية.
- وضع مستهدفات رقمية ذكية.

الوحدة الخامسة:

تطوير الخطط التشغيلية:

- من الرؤية إلى خطة العمل.
- معايير خطط العمل الفعالة.
- تطوير المبادرات الاستراتيجية.
- مؤشرات الأداء الرئيسية التشغيلية والقيود الثلاثية.
- وضع خطط للأقسام.
- إدارة وتنفيذ الاستراتيجية.



- لوحة قيادة مؤشر الأداء الرئيسي.
- الحواجز التي تحول دون تنفيذ الاستراتيجية.