



# **Дисциплина «Стратегический менеджмент в образовании»**

---



# **ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**



---

Стратегический менеджмент заключается в определении главных целей деятельности фирмы и ориентировано на определение намечаемых конечных результатов с учетом средств и способов достижения поставленных целей и обеспечения необходимыми ресурсами.

# Стратегический уровень развития образовательной организации

---

- Миссия
- Цели
- задачи

# Миссия образовательной организации - это

---

- сформулированное утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от иных организаций.

# Формулировка миссии включает в себя:

---

- декларацию базовых ценностей организации (почему мы это собираемся делать?)
- — описание целевой аудитории и тех услуг, которые она предполагает предложить (что и для кого мы собираемся делать?)
- — специфику организации (кто мы?)
- — ожидаемый эффект от будущей деятельности (почему то, что мы делаем, будет хорошо?)

# Сформулированная миссия позволяет:

---


- представить образовательную организацию во внешней среде и оказать влияние на формирование ее имиджа, определяя, к чему она стремится, в чьих интересах она действует и что для этого намерена делать
- сплотить коллектив, сформировать командный дух, определить смысл совместной деятельности и стать основой для формирования организационной культуры образовательной организации

# Характерными чертами миссии, являются :

---

- детализация в ней статуса организации, определение принципов ее работы и важнейших характеристик организации
- манифестация намерений руководства
- независимость миссии от текущего состояния организации, форм и методов ее работы, ее устремленность в будущее, демонстрация того, на что будут направляться усилия и какие ценности будут при этом приоритетными
- наличие ответа на вопрос какова главная цель организации
- формулирование миссии высшим руководством, которое несет основную ответственность за ее воплощение в жизнь путем постановки и реализации целей организации





# Цели стратегического менеджмента образовательной организации

---

- переводят ключевые идеи миссии в практическую плоскость
- выражают желаемое конечное состояние отдельных характеристик образовательной организации, связанных с конкретными направлениями ее деятельности.

# Общие цели образовательной организации в рамках стратегического управления должны отвечать следующим требованиям

- Быть сложными
- Быть конкретными
- Быть измеримыми
- Быть выполнимыми
- Быть реалистичными
- Быть локализованными по времени
- Быть поддающимися оценке
- Быть фиксированными
- Быть взаимно поддерживающими, т.е. действия и решения, ведущие к достижению одной цели, должны способствовать достижению других целей.

# Основные этапы стратегического планирования

---



# Планирование необходимо для достижения предприятием следующих основных целей:

---

- Увеличение контролируемой доли рынка
- Предвидение требований потребителя
- Продажа продукции высокого качества
- Обеспечение согласованных сроков поставок
- Установление уровня цен с учетом конкуренции
- Поддержание репутации фирмы у потребителей и др.

# Основные принципы планирования деятельности образовательной организации

---

- единства планов,
- координации и интеграции,
- участия,
- непрерывности,
- гибкости,
- точности



# Основные элементы внутрифирменного планирования

---

- Миссия торгового организации
- Цели торгового организации
- Выбор стратегии деятельности торгового организации
- Разработка целевых программ мероприятий, позволяющих реализовать выбранную стратегию



# Основные целевые пространства

---

- Положение на рынке
- Инновации
- Производительность
- Ресурсы
- Доходность (прибыльность)
- Управленческие аспекты
- Персонал, выполнение трудовых функций и отношение к работе
- Социальная ответственность

# Типы планирования

Признак

Классификация

---

- Степень неопределенности
  - Временная ориентация планирования
  - Горизонт планирования
- Жесткое и рекомендательное планирование
  - Реактивное, инактивное, преактивное, интерактивное
  - Долгосрочное (от 10 до 25 лет), среднесрочное (от года до 5 лет), краткосрочное (до года)



# Процесс формирования стратегии осуществляется в 3 этапа:

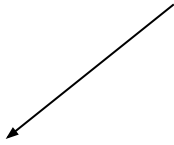
---

- формирование общей (корпоративной) стратегии организации (стратегии стабильности, роста, сокращения);
- формирование конкурентной (деловой) стратегии (стратегии дифференциации, концентрации на сегменте, лидерства в издержках);
- определение функциональных стратегий (маркетинговая, кадровая, финансовая стратегия и др.).

---

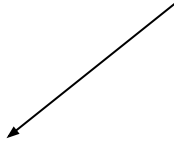
**КОРПОРАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ**  
Организационная структура  
фирмы  
Диверсификация

Хозяйственные подразделения



**ДЕЛОВАЯ СТРАТЕГИЯ**  
Рыночные планы  
Конкуренция

Конкурентные  
преимущества



**ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ  
СТРАТЕГИИ**

# Корпоративная стратегия включает:

---

- распределение ресурсов между хозяйственными подразделениями на основе портфельного анализа
- решения о диверсификации с целью снижения хозяйственного риска и получения эффекта синергии
- изменение структуры организации
- решения о слиянии, приобретении, вхождении в интеграционные структуры
- единую стратегическую ориентацию подразделений

# ***Деловая стратегия (бизнес-стратегия) —***

---

○ *стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения. Эта стратегия часто воплощается в бизнес-планах и показывает, как организация будет конкурировать на конкретном рынке, кто ее основные потребители, как будет ее рекламировать, как будет добиваться победы в конкурентной борьбе и т. д. Поэтому такую стратегию называют еще стратегией конкуренции.*

# Конкурентные стратегии

---

- Недифференцированный маркетинг
- Дифференцированный маркетинг
- Концентрированный маркетинг

# Недифференцированный маркетинг

---

- Основывается на наличии общей потребности
- Предполагает выход на рынок с одним товаром (услугой) для всех потребителей
- Ориентирован на крупные сегменты рынка, где велико число потребителей с однородными требованиями и реакциями
- Обычно сопровождается стратегией «лидерство в издержках»

# Дифференцированный маркетинг

---

- Целевой рынок охватывает один или несколько узких потребительских сегментов
- Предусматривает некоторую вариабельность товара (услуги)
- Предполагает максимально полный охват потребителей целевого рынка

# Концентрированный маркетинг

---

- Предполагает удовлетворение потребностей чрезвычайно суженного целевого рынка
- Предусматривает соответствующее сужение предлагаемого предприятием ассортиментного ряда товаров или услуг
- Ресурсы организации концентрируются на наиболее перспективном направлении
- Создает повышенную степень риска для организации



# Функциональные стратегии

---

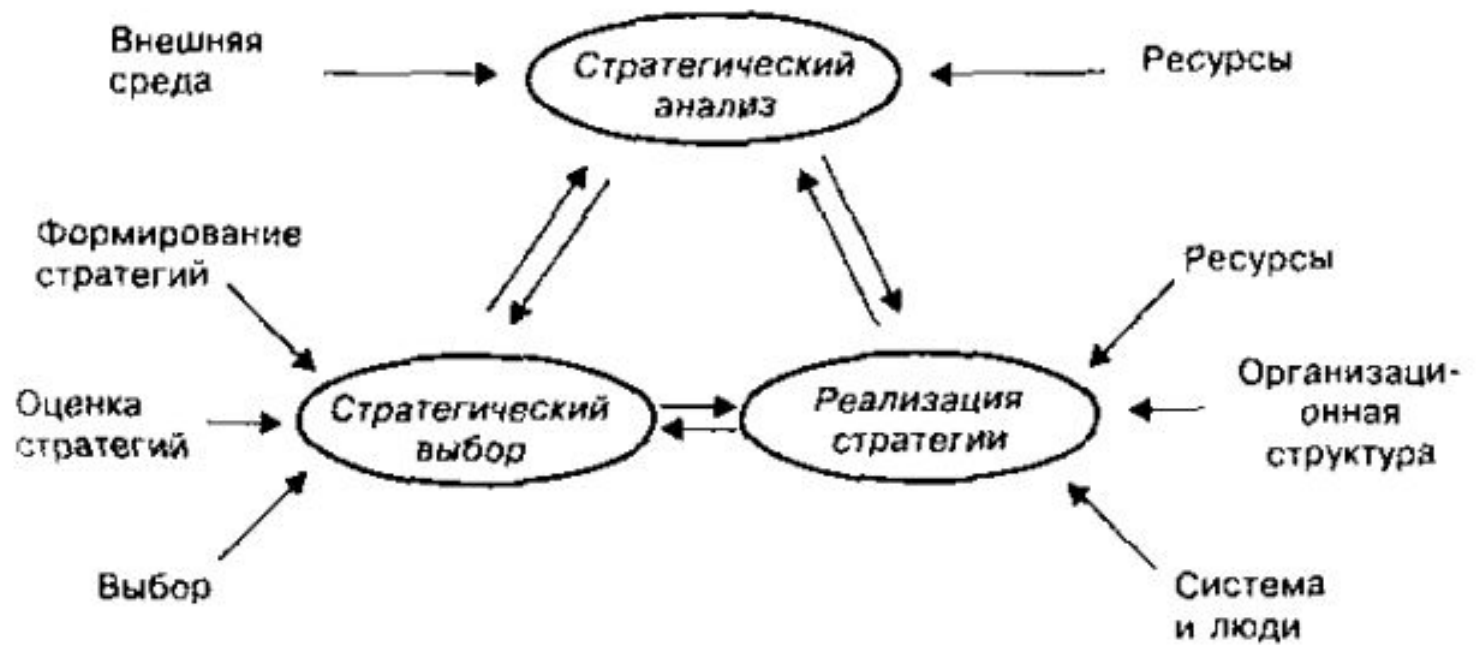
стратегии, которые разрабатываются функциональными отделами и службами организации на основе корпоративной и деловой стратегии. Это стратегия маркетинга, финансовая, производственная стратегия и т. д. Целью функциональной стратегии является распределение ресурсов отдела (службы), поиск эффективного поведения функционального подразделения в рамках общей стратегии. Так, типичная стратегия отдела маркетинга может концентрироваться на разработке путей увеличения объема продаж продукции организации по сравнению с предыдущим годом. Примерами функциональных стратегий в сфере НИОКР могут быть технологическое лидерство или следование за лидером. Финансовая стратегия организации может быть ориентирована на ускорение оборота денежных средств, снижение уровня дебиторской задолженности.

# Сравнительная характеристика стратегических решений

Характеристики	Уровни стратегии		
	Корпоративная	Деловая	Функциональная
Тип	Концептуальный	Смешанный	Операционный
Приспособляемость	Низкая	Средняя	Высокая
Связь с текущей деятельностью	Инновационная	Смешанная	Дополняющая
Риск	Значительный	Средний	Низкий
Потенциальная прибыль	Значительная	Средняя	Небольшая
Издержки	Значительные	Средние	Умеренные
Временной период	Длительный	Средний	Короткий
Гибкость	Высокая	Средняя	Низкая
Кооперация	Значительная	Умеренная	Небольшая

# Этапы стратегического менеджмента

---



# Этапы планирования деятельности образовательной организации

---

- Исследование внешней и внутренней среды (PEST- и SWOT-анализ)
- Формулировка стратегических ориентиров деятельности организации
- Формирование альтернативных вариантов стратегии
- Выбор стратегии организации и ее проработка
- Разработка стратегического плана деятельности организации
- Подготовка среднесрочных планов и программ по направлениям
- Разработка оперативных планов и проектов

A decorative graphic in the top-left corner consisting of two overlapping teal circles of different shades. A thin black horizontal line spans across the upper portion of the slide.

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**