

- 1 [Долгов А. И.](#) Долгов А. И. Стратегический менеджмент: учебное пособие / [Долгов А. И.](#) Долгов А. И. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Долгов А. И., [Прокопенко Е. А.](#) Долгов А. И. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Долгов А. И., Прокопенко Е. А. - М.: [Флинта](#): МПСИ, 2011. – 280с. - ISBN: 978-5-9765-0146-1; То же [Электронный ресурс]. –
URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=83145
- 2 Кузнецов, Б.Т. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Б.Т. Кузнецов. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 624 с. - ISBN 978-5-238-01209-4; То же [Электронный ресурс]. –
[URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117473](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117473)
- 3 Мансуров М.Е. Настольная книга Большого руководителя. Как на практике разрабатывается стратегия развития. – М.: Инфра-инженерия, 2014. – 208 с. – ISBN 978-5-9729-0072-5; То же [Электронный ресурс]. –
URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=234780

- 4 Шаймиева Э.Ш. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Э.Ш. Шаймиева; Институт экономики, управления и права (г.Казань). – Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2014. – 136 с.; То же [Электронный ресурс]. –
URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=257829
- 5 Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А.Н. Фомичев. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 468 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01974-6 ; То же [Электронный ресурс]. –
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253802>

- 1 Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ
<http://www.garant.ru/iv/>
- 2 Энциклопедия маркетинга
<http://powerbranding.ru/>
- 3 Корпоративный менеджмент
<http://www.cfin.ru/>

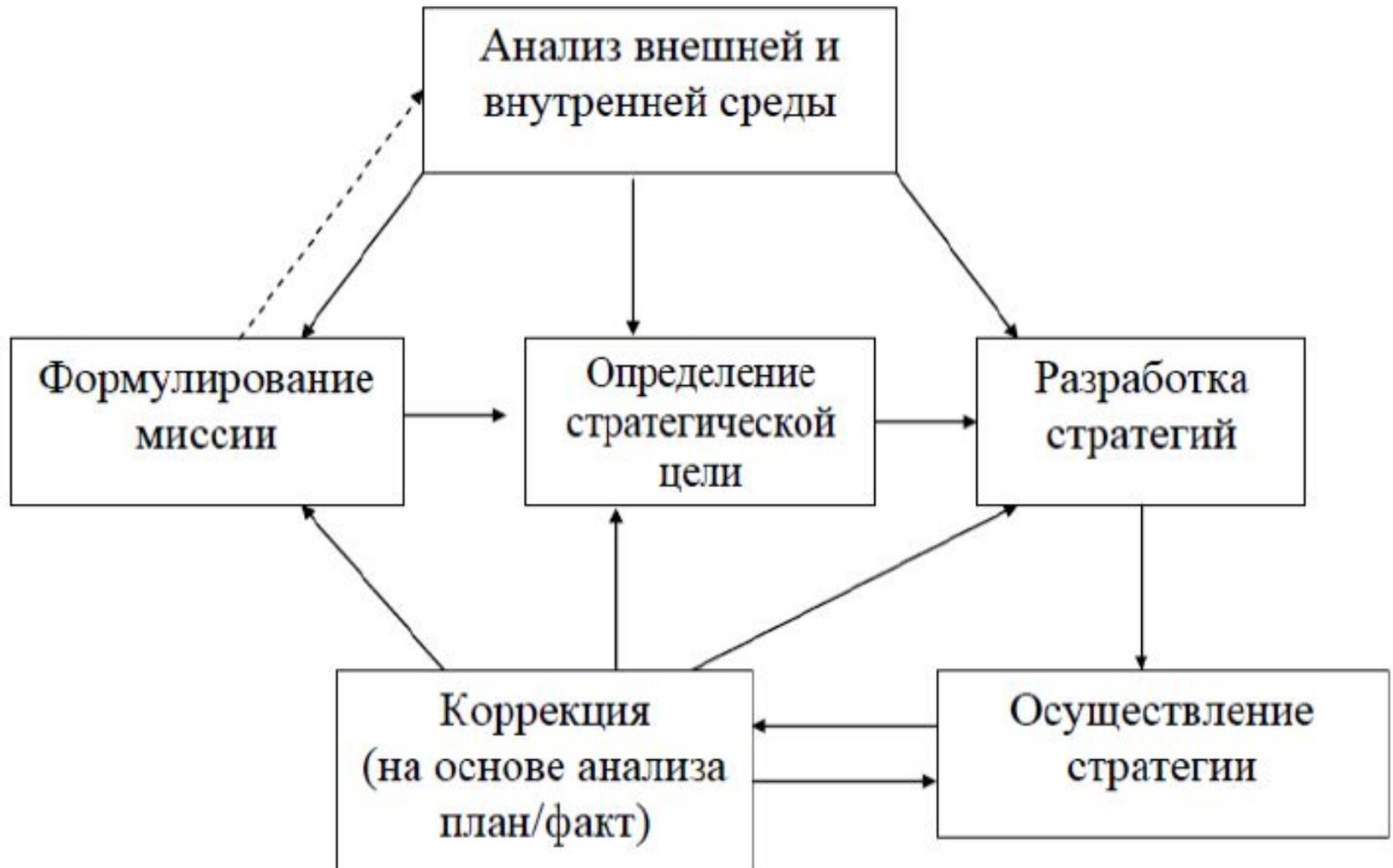
Характеристика этапов развития систем корпоративного управления

Периоды	С 1900 г.	С 1950-х гг.	С 1970-х гг.	С 1980-х гг.
Параметры	<i>Виды систем управления</i>			
	бюджетирование	долгосрочное планирование	стратегическое планирование	стратегический менеджмент
Допущения	прошлое повторяется	тенденции сохраняются – экстраполяция	новые явления/тенденции предсказуемы	по слабым сигналам
Тип изменений	медленнее реакции фирмы	сравним с реакцией фирмы адаптация		быстрее реакции фирмы
Процесс	<i>Циклический</i>			Реальное время
Основа управления	контроль отклонений, комплексное	предвидение роста, основ и возможностей	изменение стратегических факторов	учет развития рынка и внешней среды
Акценты в управлении	стабильность/реактивность	предвидение	исследование	творчество

Сравнение стратегического и оперативного менеджмента

<i>Признаки</i>	<i>Стратегический менеджмент</i>	<i>Оперативный менеджмент</i>
Иерархические ступени	в основном на уровне высшего руководства	включает все уровни с основным упором на среднее звено управления
Неопределенность	существенно выше	меньше
Вид проблем	большинство проблем не структурировано	относительно хорошо структурированы
Временной горизонт	акцент на долгосрочные, а также на средне- и краткосрочные аспекты	акцент на кратко- и среднесрочные аспекты
Потребная информация	в первую очередь из внешней среды	в первую очередь из самого предприятия
Альтернативы планов	спектр альтернатив в принципе широк	спектр ограничен
Охват	концентрация на отдельных важных позициях	охватывает все функциональные области и интегрирует их
Степень детализации	невысокая	относительно большая
Основные контролируемые величины	потенциалы успеха (например, рост доли рынка)	прибыль, рентабельность, ликвидность

Система стратегического менеджмента



Взаимосвязь категорий стратегического управления

<i>Категория</i>	<i>Ключевой вопрос</i>
Видение	Кто мы?
Миссия	Для кого и для чего мы?
Стратегическая цель	Что мы хотим достичь?
Стратегия	Как этого можно достичь?)

Видение и миссия – это идеалы организации, основа философии ее организационной культуры.

Стратегическая цель и стратегия – это управленческие инструменты, позволяющие перевести идеалы на язык практических действий.

Видение университета

Мы станем первым Европейским университетом в Азии.

Мы откроем свои крупные филиалы по всей Азии и будем вести основные курсы на местных языках.

После обучения в нашем университете студенты будут получать сертифицированные международные дипломы.

Через 5 лет мы будем выпускать более 20 тыс. студентов в год в этом регионе.

Видение компании «Вымпелком»

«Быть ведущей телекоммуникационной компанией в России, представляющей услуги мобильной голосовой связи и передачи данных»

Миссия компании «Вымпелком» (на этапе развития рынка)

«Мы стремимся стать ведущей в России компанией, предоставляющей услуги мобильной связи и иных видов телекоммуникаций.

Мы стремимся действовать оперативно и гибко, стараясь предвосхищать потребности завтрашнего дня, добиваться высочайшего качества предоставляемых услуг и обеспечивать рост ценности компании.

Мы стремимся помогать людям решать проблемы, получать радость от общения, чувствовать себя свободными во времени и пространстве.

Мы стремимся сплотить все подразделения компании в единую команду, в которой высоко ценятся компетентность, ответственность и готовность к самоотдаче.

Мы стремимся поддерживать имидж компании, которая внушает доверие и уважение не только клиентам и партнерам по бизнесу, но и обществу в целом.»

Акцент на качество услуг, завоевание доли рынка и рост стоимости компании.

Миссия компании «ВымпелКом» (сегодня)

Сегодня «ВымпелКом» - динамично развивающаяся высокотехнологичная компания, приверженная принципам открытости и ответственного ведения бизнеса.

На протяжении всей своей истории «ВымпелКом» видит свои приоритеты в создании продуктов и услуг, повышающих качество жизни людей и способствующих социально – экономическому развитию регионов присутствия компании.

Мы убеждены, что в конечном итоге, успех бизнеса измеряется не только величиной клиентской базы и стоимостью компании для ее акционеров, но прежде всего ценностями, которые она создает для клиентов, сотрудников, акционеров, партнеров и общества в целом.

Наш мир постоянно меняется, поэтому миссия «ВымпелКома» - быть движущей силой изменений к лучшему!

Акцент на удержание доли рынка за счет социальной ответственности ведения бизнеса.

Миссия компании John Hancock

«Компания **John Hancock** намерена не просто конкурировать, но и продвигаться вперед в расширении своей доли рынка путем предложения частным лицам и организациям самого широкого ассортимента товаров и услуг.

Помимо страхования, компания John Hancock будет предлагать банковскую продукцию, полный набор брокерских услуг и институциональное инвестирование, что будет только небольшой частью нашей диверсифицированной деятельности.

Мы верим в то, что выбрали правильные новые направления движения... и делаем шаги, которые обеспечат рост до конца текущего столетия».

Формулировка миссии компании **John Hancock** указывает на произошедший в стратегическом видении руководства компании сдвиг от долгосрочной опоры на страхование в сторону более широкого круга разнообразных услуг в области страхования, банковской деятельности и финансов.