



التفكير القيادي الإستراتيجي و متابعة تنفيذ الخطط

بتاريخ	اماكن الإنعقاد	الرسوم (\$)	احجز مقعدك
١٣ أبريل - ١٧ أبريل ٢٠٢٥	كوالالهبور	٣٣٠٠	سجل الآن

الأهداف

قد لا يكون هذا البرنامج برنامجاً تقليدياً ، بمعنى سعيه إلى تزويد المشاركين بجموعه من المعارف والمهارات المحددة عن التفكير الإستراتيجي والتخطيط التجاري ، بقدر ما هو برنامج قائم على تفاعل المشاركة وتبادل الخبرات بين المشاركين والهدرب من خلال ورش العمل التدريبية والتهايرين الجهاعية اليومية وذلك باستخدام نهاذج وأدوات تجعل التدريب عملية مكتملة ، بحيث يكون الهمدرب قادراً في نهاية البرنامج على تغيير الطريقة التي يفكر بها من ردة الفعل إلى وضع الخطط وتطبيقها

المستفيدون

- الهدراء العاهيين
- الهدراء التنفيذيين
- نواب ومساعدى الهدير العام
- هدراء التخطيط الإستراتيجي
- هدراء التخطيط التشغيلي
- هدراء الدراسات والبحوث

- مدراء المشروعات
- مدراء الموارد البشرية والتدريب
- رؤساء أقسام التخطيط الإستراتيجي
- رؤساء الأقسام والوحدات الإدارية
- الأخصائيون ذوي المسؤوليات في الإدارات التنفيذية والإشرافية

المحتويات

أولاً: التفكير و التفكير الإستراتيجي:

- كيف ن فكر ، وما هو التفكير المحدود
- ما هو التخطيط الغير محدود
- متطلبات التفكير الإستراتيجي
- معوقات التفكير الإستراتيجي
- أسس وأدوات التفكير الإستراتيجي
- العلاقة بين التفكير الإستراتيجي والتخطيط الإستراتيجي

ثانياً: التخطيط الإستراتيجي:

- مفهوم التخطيط الإستراتيجي وأهميته
- وضع الرؤية والرسالة (الشخصية ، المهنية ، التنظيمية)
- تحديد نقاط قوة وضعف المنافسين
- التحليل باستخدام نظام SWO
- مفهوم القوى الدافعة (DF)
- مجالات وهنشات النجاح في العمل
- أهمية تجانس التخطيط الإستراتيجي في المنظمة

ثالثاً: أدوار المفكر و المخطط الإستراتيجي بالمنظمة:

- ترجمة الخطط الإستراتيجية إلى خطوات عملية
- متابعة القرارات الإستراتيجية الواجب إتخاذها
- تحفيز العاملين لتطبيق الخطة الإستراتيجية


- مراقبة الثقافة التنظيمية السائدة في المنظمة ورصد تأثيرها على تطبيق الإستراتيجية
- تجسيد قيم المنظمة التي تطرحها الخطة الإستراتيجية وتمثلها في شخص القيادي وسلوكياته
- تحديد القياسات والإتجاهات المستقبلية
- التحسين المستمر للخطة الإستراتيجية والتجارية


رابعاً: تطوير الخطط التجارية بالمنظمة:

- خطة لتطوير الموارد المالية
- خطة لتطوير إدارة التسويق كالأسواق الحالية والأسواق المحتملة في المستقبل
- خطة لتطوير القوى البشرية
- خطة للإرتقاء بمستوى العمل والإنتاج
- خطة لتحديد العمليات ووضع الخطط التكتيكية.
- تحديد المهام والعمليات المطلوب تنفيذها
- تحديد الخطط (متوسطة الأجل وقصيرة الأجل)
- وصف دقيق للعملية بحيث تكون قابلة للقياس والتنفيذ
- تحديد الإدارة أو الأفراد المسؤولين عن تنفيذ العملية
- تحديد الدعم المطلوب لهذه العمليات ومصدر هذا الدعم
- تحديد أسلوب المراقبة ومتابعة التنفيذ
- تحديد أساليب الإتصال وتبادل المعلومات بين المسؤولين

أساليب التدريب

- المحاضرات القصيرة
- الحوار والنقاش
- التمارين الفردية والجماعية
- التدريبات العملية

00201126467555 

info@bptcenter.com 

www.bptcenter.com 