

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/320158>

Тип работы: Доклад

Предмет: Стратегический менеджмент

-

Доклад

Тема: «Методы и модели построения стратегических целей предприятия»

Поддержание и повышение конкурентоспособности в условиях растущей конкуренции – задача для всех компаний. Все больше компаний нацелены на победу в конкурентной борьбе и достижение поставленных целей в результате непрерывных усилий руководства по реализации эффективной стратегии конкурентного развития.

Теперь нам нужно критически осмыслить накопившиеся проблемы и найти решения. Это относится ко всем элементам управления, но прежде всего к стратегическим аспектам управления хозяйствующими субъектами.

Стратегия компании - это общий бизнес-план по укреплению позиций на рынке и обеспечению координации усилий, привлечению и удовлетворению клиентов, конкурентному успеху и достижению целей в глобальном масштабе.

Процесс формулирования стратегии предполагает тщательное рассмотрение всех возможных направлений и видов деятельности с использованием различных аналитических методов для выбора широкого направления, рынков для освоения, потребностей в услугах, способов конкуренции, привлекаемых ресурсов, бизнес-моделей и т.д.

Стратегические цели компании представляют собой систему ориентиров для разработки долгосрочных планов развития компании. Соответственно, это дает направление для стратегий управления финансовой деятельностью и производственными характеристиками. Например, в основе построения стратегических целей применительно к финансовой составляющей лежит максимизация рыночной стоимости компании. Этапы процесса постановки стратегических целей:

1. отраслевой и конкурентный анализ и анализ положения организации;
2. постановка общей цели организации;
3. построение иерархии целей;
4. постановка индивидуальных задач.

Правильно сформулированные цели обязаны соответствовать определенным требованиям, например, указанным ниже:

- конкретность и измеримость;
- достижимость (постановка целей, которые нельзя достичь останавливает стремление сотрудников к успеху и снижает трудовую мотивацию);
- последовательность (действия, необходимые для достижения цели, не должны мешать достижению других);

Список использованных источников

1. Майкл Трейси, Фред Вирсема, Маркетинг ведущих компаний. Выбери потребителя, определи фокус, доминируй на рынке. – Вильямс, 2019.
2. Майкл Портер Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов: Альпина Бизнес Букс, 2017.
3. Пер Дженстер, Дэвид Хасси Анализ сильных и слабых сторон компании. Определение стратегических возможностей: Вильямс, 2016.
4. С. А. Попов Модульная программа для менеджеров. Модуль 4. Стратегическое управление: «Инфра-М», 2018.
5. Филипп Котлер Маркетинг менеджмент: Питер, 2018.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/320158>