



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Název školy: Střední odborná škola stavební Karlovy Vary

Sabinovo náměstí 16, 360 09 Karlovy Vary

Autor: ING. HANA MOTYČKOVÁ

Název materiálu: VY_32_INOVACE_19_STRATEGICKÝ MANAGEMENT_P2

Číslo projektu: CZ 1.07/1.5.00/34.1077

Tematická oblast : MANAGEMENT PRO 2. ROČNÍK

Datum tvorby: 22. 10. 2013

Datum ověření: 5. 11. 2013

Klíčové slovo: strategický management, strategické myšlení, plánování

Anotace: Prezentace je určena pro žáky 2. ročníku oboru vzdělání Podnikání, slouží k výkladu a procvičování dané látky. Žáci se seznámí s pojmem strategický management, cykly strategického managementu, se strategickým myšlením a plánovacími modely, SWOT analýzou.

Strategický management

- **Strategie** = prostředek, jak konkurovat v dlouhodobém horizontu ostatním
 - dlouhodobé záměry a cíle podniku
 - směr, kterým se podnik bude ubírat

 - **Strategický management** = manažerská rozhodnutí a postupy nutné pro dlouhodobý chod podniku
-

Strategický management

- H. Mintzberg – dezinování strategie pomocí 5 P:
 - Plan (plán) – plánované aktivity
 - Ploy (trik, manévr) – způsob manévrování při střetu s konkurencí
 - Pattern (model situací) – strategie připravená na modelové situace
 - Position (pozice) – umístění podniku do okolí
 - Perspektive (hledisko) – vize manažerů
-

Strategický management

□ **Fáze strategického managementu:**

- definování vize, cíle – představy o budoucnosti
 - provedení analýz
 - úprava vizí a cílů na základě srovnání představ a analýz
 - formulace strategie – zabezpečení plnění cílů
 - realizace strategie
 - kontrola a hodnocení výsledků
-

Strategický management

□ **Strategické myšlení**

- souvisí s rozhodováním
 - obsahuje řadu principů:
 - myšlení ve variantách, v čase
 - neustálý proces
 - interdisciplinární charakter
 - etika myšlení
 - skloubení vědeckého a intuitivního myšlení
 - práce s riziky
-

Strategický management

□ **Strategické plánování**

- vycházíme z analýzy vnějšího a vnitřního prostředí
 - **vnější prostředí** – zkoumá se demografický, hospodářský, politický vývoj, konkurence, veřejnost
 - **vnitřní prostředí** – silné a slabé stránky podniku
-

Strategický management

□ **Analýzy prostředí**

- Analýza struktury konkurence – umět s konkurencí bojovat, hledat otázky, jak se vyrovnat s konkurencí
 - Analýza PEST – poznání minulého vývoje a snaha o předvídání budoucnosti ve 4 oblastech (politická, ekonomická, sociální a technologická)
-

Strategický management

- Analýza zdrojů – jak je lépe využít, kam je přesunout
 - Finanční analýza – analýza ukazatelů
 - SWOT analýza – silné a slabé stránky podniku, příležitosti uvnitř podniku a hrozby z vnějšku
-

Strategický management

- **Stanovení strategických cílů** – konkretizace poslání podniku (stálý zisk, kvalita výrobků, spokojenost zákazníků, postavení na trhu)
 - **Výběr strategie:**
 - stabilizace – udržet se na trhu
 - expanze – rozšíření vlivu na trhu
 - omezení – nutnost omezení svého působení z důvodu problémů v hospodaření podniku
 - kombinace strategií
-

Strategický management

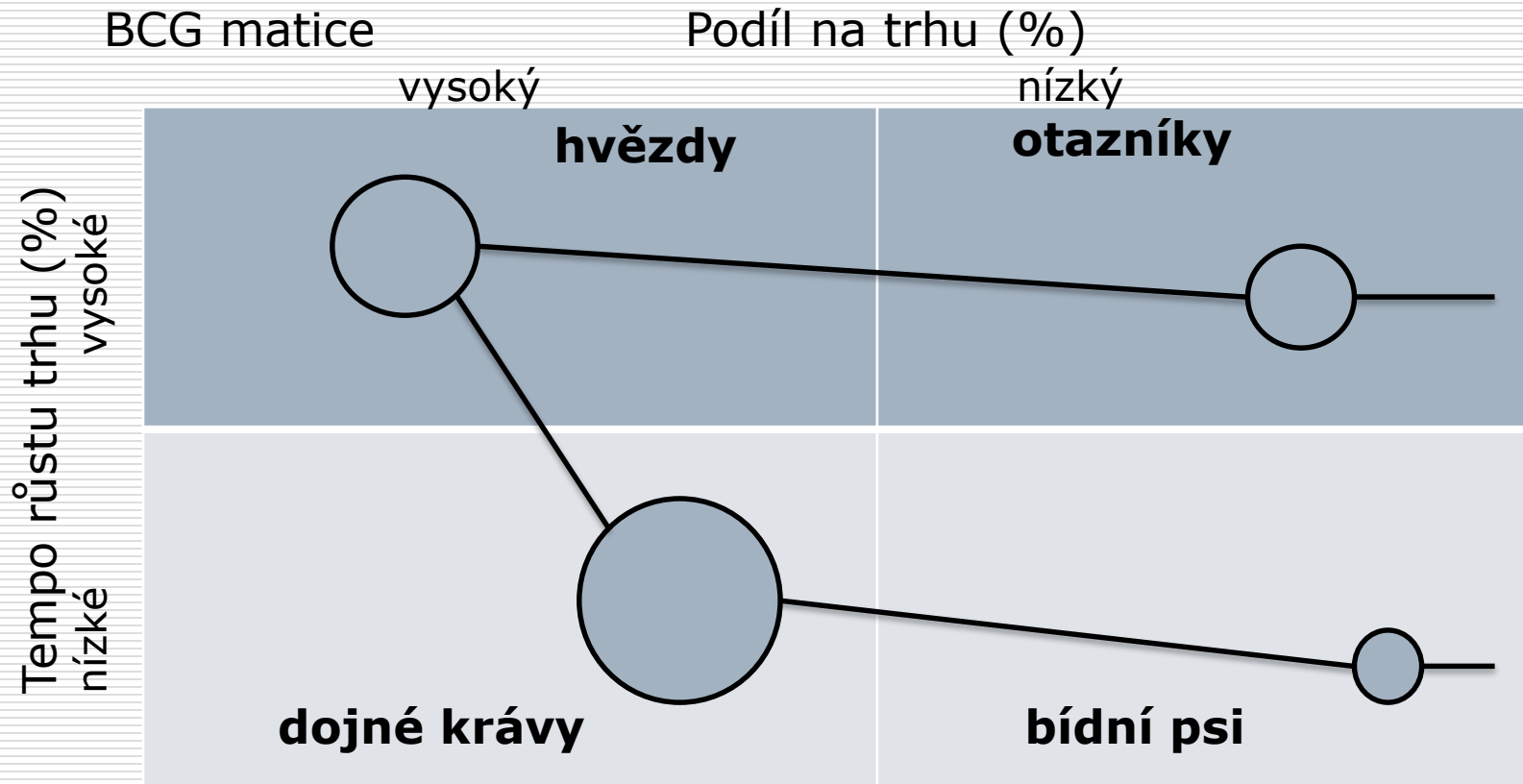
□ Pro výběr vhodné strategie můžeme využít plánovací modely:

- **BCG matice**

- jedna z nejpoužívanějších firemních analýz
- k analýze vlastního portfolia aktivit
- porovnává růst a podíl výrobku na trhu



BCG analýza



Strategický management

- **GE portfoliová matice**
 - použití 2 kritérií – atraktivita oboru a postavení podniku

GE portfoliová matice		Atraktivita oboru		
		vysoká	střední	nízká
Postavení podniku v oboru	silné	Strategie růstu		
	průměrné		Strategie stability	
	slabé			Strategie útlumová

Strategický management

□ Implementace strategie

- = realizace vybrané strategie
 - implementace zahrnuje:
 - tvorbu programů – plánování, tvorba plánů podniku
 - rozpočty – zabezpečení po stránce finanční
 - procedury – rozpracování do jednotlivých kroků, postupů realizace, součást operativního plánování
-

Strategický management

□ **Strategická kontrola**

- varovat před problémy s předstihem
 - průběh kontroly:
 - určit, co se má kontrolovat
 - podle jakého standardu
 - měření výkonu
 - posouzení, zda změřený výkon odpovídá standardu
 - případná opatření – změna strategie
-

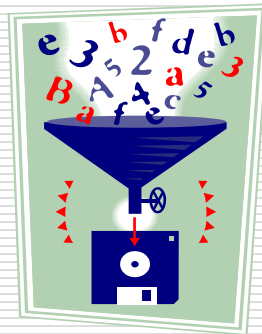
Opakování

Co je strategický management?

Které znáte fáze tvorby strategie?

Co představuje strategické plánování?

Které typy strategií znáte?



Zdroje

Zlámal, J., Bačík, P., Bellová, J. *Základy managementu*. Kralice na Hané: Computer Media, s. r. o., 2008. ISBN 978-80-7402-083-4.

Truneček, J. a kolektiv autorů. *Management v informační společnosti*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1997. ISBN 80-7079-201-9.

Šajdlerová, I., Konečný, M. *Základy managementu*. Ostrava: Vysoká škola báňská v Ostravě, 2007. ISBN 978-80-248-1520-6.

Veber, J. a kolektiv autorů. *Základy managementu pro SŠ*. Praha: Fortuna, 2010. ISBN 80-7168-654-9.

Kliparty jsou volně přístupné v programu Word.
