

دوره جامع مدیریت اجرایی پیشرفته DBA (مدیر ارشد کلاس جهانی))

هدف:

در این دوره جامع مدیران ارشد و میانی و همچنین مدیران عملیاتی و اجرایی سازمانهای دولتی و خصوصی روشها و رویکردهای پیشرفته مدیریت کلان سازمانها را بطور اجرایی و عملیاتی فرا میگیرند. همچنین در این دوره ها نکات پیشرفته مدیران ارشد در خصوص بهره وری و کوچینگ مورد توجه قرار میگیرد.

محتوای دوره:

ردیف	نام دروس	زمان
۱	تفکر استراتژیک پیشرفته	۲ روز
۲	اجرا، کنترل و ارزیابی استراتژی ها	۲ روز
۳	جذب، حفظ و متقاعدسازی مشتریان	۲ روز
۴	اصول فن بیان و سخنرانی	۲ روز
۵	مدیریت کارآفرینی (خلق ثروت) سازمانی	۲ روز
۶	مدیریت بازاریابی پیشرفته	۲ روز
۷	مدیریت و انتقال تکنولوژی	۲ روز
۸	مدیریت استراتژیک هلدینگ ها	۲ روز
۹	هیئت مدیره اثربخش	۲ روز
۱۰	مدیریت برند و استراتژی برندینگ	۲ روز
جمعاً		۲۰روز

شرکت کنندگان:

کلیه مدیران ارشد، کارشناسان ، مدیران میانی ستادی و عملیاتی سازمان ها ، سرپرستان واحدها ، کارآفرینان

شرایط شرکت کنندگان:

- دارای مدرک کارشناسی یا مالکیت کسب و کار
- دارای مدرک مدیریت اجرایی MBA
- ۲ سال سابق مدیریتی

دروس دوره مدیران ارشد کلاس جهانی DBA

۱- تفکر استراتژیک پیشرفته

هدف:

توسعه دیدگاه مدیران ارشد سازمان در خصوص تفکر استراتژیک ، طرح ریزی آینده سازمان و آشنایی با الگوها و ابزارهای تفکر استراتژیک جهت آگاهی و درک پیچیدگی های محیط کسب و کار سازمان و تدوین چشم اندازی هوشمندانه بگونه ای که سازمان در آینده با چالش ها و مسائل کمتری روبرو باشد و همچنین توانایی بیشتری جهت تجزیه و تحلیل اهداف ، روندها ، محیط و فراگیری ابزارها ، فرآیندهای تصمیم گیری و برنامه ریزی استراتژیک داشته باشد به گونه ای که اهداف و برنامه ها آینده پایداری را برای سازمان بوجود آورد.

محتوای دوره:

- مفهوم و اهمیت تفکر استراتژیک
- تفاوت استراتژی با تفکر استراتژیک و نقش آنها در پیشبرد اهداف
- اهمیت تفکر استراتژیک و اثربخشی آن برای سازمانها
- ویژگیهای تفکر استراتژیک
- تفکر استراتژیک در سطح فردی و سازمانی
- خصوصیات متفکران استراتژیک
- موانع و چالش های شکل گیری و رشد تفکر استراتژیک
- تشریح مدلهای تفکر استراتژیک (الگوی پیتر ویلیامسون - الگوی نوآوری استراتژیک گرهام هامل - الگوی جین لیدکا - الگوی سه فرمان)
- تشریح مولفه های الگوهای تفکر استراتژیک

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.

و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

- ابزارهای تفکر استراتژیک (آنالوژی / رفتار شناسی)
- تحلیل استراتژیک منابع براساس مدل VIRO
- رویکرد مدل VRIO در اندازه گیری مزیت رقابتی
- سناریو نویسی و نقش آن در تقویت تفکر استراتژیک
- تشریح مراحل هشتگانه شوارتز برای سناریو نویسی
- تشریح گامهای کلیدی تفکر استراتژیک
- گام اول: مشاهده تصویر کلان سازمان
- گام دوم: تعیین اهداف استراتژیک
- گام سوم: تعیین روندها و اطلاعات محیط کسب و کار
- گام چهارم: اقدامات استراتژیک و اولویت بندی آنها
- گام پنجم: انتخاب، ارزیابی و مقایسه اقدامات استراتژیک

۲- اجرا، کنترل و ارزیابی استراتژی ها

هدف:

در این دوره نحوه بکارگیری کارت امتیاز متوازن (BSC) در اجرای موثر استراتژی های سازمانها مورد بررسی قرار گرفته و تشریح میگردد که مدیران ارشد سازمانها چگونه میتوانند اطمینان حاصل نمایند که استراتژیهای و به دنبال آنها، برنامه های عملیاتی حاصل از استراتژیهای سازمان در حال اجرا و تحقق اهداف کلان سازمان هستند . همچنین در این دوره آموزشی جهت اطمینان از کیفیت اجرای موثر استراتژی ها شما را با برنامه ها و رویکردهای کنترل و ارزیابی استراتژی ها آشنا شده و فرا میگیرید چگونه بررسی و ارزیابی موشکافانه کیفیت اجرای استراتژی های تدوین شده سازمان را انجام داده ، چگونه ای که اطمینان یابید که هم استراتژی های سازمان بخوبی در قالب برنامه ها و منابع از پیش تعریف شده اجرا میشوند و هم اطمینان حاصل نمایید که استراتژی ها با شرایط محیطی درونی و بیرونی سازمان تطابق دارند و آینده پایداری را برای سازمان بوجود می آورد.

محتوای دوره:

- تحلیل مسائل مدیریتی که جهت اجرای موفقیت آمیز استراتژی ها لازم است
- مرور کلیات مدیریت و برنامه ریزی استراتژی ها
- تشریح ویژگیهای بهینه یک استراتژی مناسب برای اجرا
- تعاریف ، هدف و رویکرد ارزیابی متوازن (BSC)
- تشریح جنبه های ارزیابی متوازن (BSC)
- رابطه علت و معلولی سنجه ها و اهمیت توازن در آنها
- اهمیت نیروی انسانی در BSC
- مراحل بستر سازی و برنامه ریزی اولیه (BSC)
- اصول انتخاب تیم (BSC) و مسئولیتهای آنها
- برنامه های توسعه و برقراری ارتباط در (BSC)
- تشریح مراحل توسعه (BSC)
- تدوین اهداف و سنجه ها (شاخص ها) در (BSC)
- تعیین اهداف برای جنبه های چهارگانه
- تعیین شاخص ها (سنجه ها) برای جنبه های (BSC)
- روش تهیه شناسنامه برای سنجه ها
- تعریف و اهمیت روابط علت و معلولی
- تشریح تهیه و ساختن نقشه استراتژیک
- تسریع و توسعه (BSC) در سطح سازمان
- همسو نمودن کارکنان
- توسعه نظام ارزیابی متوازن فردی
- ارزیابی فردی و پاداش در (BSC)
- عوامل شکست (BSC)
- تشریح نکات کلیدی در اجرای استراتژی ها
- تشریح مفاهیم و تعاریف کنترل و ارزیابی استراتژی ها
- تشریح اهداف ، ضرورت و علت پیچیدگی کنترل و ارزیابی روند اجرای استراتژی ها
- تشریح ماهیت و انواع کنترل استراتژیک
- تشریح انواع نظام های کنترل عملیات استراتژی ها
- تشریح تعاریف و اهمیت ارزیابی استراتژی ها

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.
و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

- تحلیل عوامل موثر در ارزیابی استراتژی ها
- تحلیل معیارهای چهارگانه ریچارد روملت جهت ارزیابی استراتژی ها
- تحلیل چارچوب ارزیابی استراتژی ها
- بررسی ، تحلیل و محاسبه عملکرد سازمان در رابطه با استراتژی ها
- تشریح روند انجام اقدامات اصلاحی پس از کنترل و ارزیابی استراتژی ها
- مدیریت مقاومت ها در خصوص اقدامات اصلاحی جهت استراتژی ها

۳- جذب، حفظ و تکنیک های متقاعدسازی مشتریان

هدف:

در این دوره توانایی مشتری مداری ، جذب مشتریان و حفظ مشتریان جذب شده به مدیران ارشد و مدیران و کارکنان فروش آموزش داده میشود . همچنین نکات جذب و حفظ مشتریان به همراه تکنیک های موثر در حفظ مشتریان برای شرکت کنندگان تشریح گردیده و نحوی / استراتژی های خلق ارزش برای مشتریان برای شما تحلیل میگردد بگونه ای که قادر به تعامل بهتر با مشتریان و افزایش حجم خرید مشتریان باشید. همچنین در این دوره تکنیک ها و روشهای متقاعد سازی مشتریان مورد تحلیل قرار میگیرد تا بتوانید مشتریان را جهت خرید/ انعقاد قرارداد با سازمان متبوع تان متقاعد و راضی نمایید .

محتوای دوره:

- تعاریف رضایت مشتریان و تحلیل آن
- پارامترهای جذب مشتریان (تولیدی و خدماتی)
- تکنیک ها و راههای ارتقاء مهارت فروشندگان و بازاریابان
- فنون ارتباطی (صحبت کردن، مکالمه تلفنی و ...)
- تعریف مشتری و اصول رسیدگی به مشتری
- شناسایی ارزش نزد مشتریان و نحوه ارائه آن
- نکات و روشهای جذب و حفظ مشتریان
- انواع مشتریان و نحوی تعامل با هر دسته از مشتریان
- تکنیک های موثر در فروش به روش آقای کارل سوول
- تعریف مشتری و فروشنده
- تعریف فروشنده خلاق و اصول رفتاری فروشندگان

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.
و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

- اصول رفتاری کسب رضایت مشتریان
- خلق ارزش برای مشتریان و تحلیل معادله ارزش
- وفاداری مشتریان و تشریح روشهای افزایش وفاداری مشتریان
- اصول متقاعد سازی مشتریان براساس مدل AIDA
- اشتباه در فروش / حربه های متقاعدسازی در فروش
- تعریف فروشنده و ویژگیهای آن / نکات برخورد با مشتریان
- فروشنده خلاق و خلاقیت در فروش / روشهای خاتمه فروش
- تشریح عوامل موثر در متقاعدسازی برای فروش
- تحلیل اصول رفتاری فروشندگان / تحلیل حرکات فروشنده

۴- اصول سخنرانی و فن بیان

هدف:

آشنایی مدیران و سخنرانان با اصول فن بیان و سخنرانی موثر و ساختارمند در حضور شنوندگان بگونه ای که بتوانید با توجه به سطوح مختلف شنوندگان مطالب مورد نظران را بخوبی به آنها منتقل نمایید و همچنین یادآوری نکات و مواردی که قبل ، بعد و حین سخنرانی باید توسط سخنران رعایت نمایند . بدیهی است که تسلط شما به فنون سخنرانی در جلسات سازمانی نقش بسیلر مهمی در جایگاه و برند شخصی مدیریتی شما خواهد داشت و میتوانید برنامه ها و اهداف کلان خود را بهتر به کارکنان سازمان و یا واحد خود منتقل نمایید.

محتوای دوره:

- تحلیل روشهای و مهارتهای برقراری ارتباط
- نقش و اهمیت سخنرانی و فن بیان
- حالت های صدا و اهمیت زبان
- تشریح مفهوم و تعاریف زبان و سخنرانی
- اهداف و مزایای سخنرانی موثر
- محدودیتهای و موانع سخنرانی اثر بخش
- ویژگیهای یک سخنرانی اثر بخش و فنون انتقال مفهوم

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.
و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

- زبان بدن در سخنرانی و راه های نفوذ کلام
- آداب و اصول سخنرانی (قبل ، حین و بعد از سخنرانی)
- مراحل اساسی برنامه ریز و اجرای یک سخنرانی موثر و کنترل جلسه پرسش و پاسخ
- چگونگی شروع ، پایان . جمع بندی در یک جلسه سخنرانی
- تشریح عناصر مهم در گفتار و نحوی بیان
- نکات کلیدی موثر پیش از سخنرانی
- ویژگی های مشترک موفقترین سخنرانان
- ارتباطات ، مناسبت ، سازگاری و عناصر مهم در گفتار
- نکات سخنرانی در انواع مراسم سازمانی و یا اجتماعی (کنفرانس خبری ، ریشه یابی چالش ها و مسائل خاص ، مراسم تقدیر و تودیع ، مناسبت های مذهبی و ملی)

۵- مدیریت کارآفرینی (خلق ثروت) سازمانی

هدف :

آشنایی شرکت کنندگان با اصول و متدولوژی کارآفرینی بطور مستقل و یا درون سازمانی با توجه به تحلیل فرصت ها و بکارگیری رویکردهای علمی / عملی و مدیریتی بگونه ای که ضمن تحقق توسعه و رشد پایدار در سازمان ، بتوانند ضمن ارتقاء سودآوری / خلق ثروت فردی و سازمانی، رضایت مندی کارکنان را نیز افزایش بدهیم.

همچنین شرکت کنندگان با نکات استراتژیک و نقشه راه موفقیت سازمانها در خلق کسب و کار شخصی را فرا گرفته و در خصوص ویژگیهای عملکرد مدیریت کسب و کار سازمانی تشریح می گردد. در ادامه مدل بوم کسب و کار BMC بطور کامل همراه با مثالهایی از این مدل از شرکتهای کلاس جهانی (تویوتا ، تیک تاک) تشریح گردیده و در انتهای در خصوص تصمیم گیری جهت انتخاب و یا رد یک پروژه کارآفرینی با شما صحبت خواهیم نمود.

محتوای دوره :

- تشریح و تعریف مفاهیم کارآفرینی و نوآوری در کارآفرینی
- تحلیل مهارتها و الزامات کلیدی در مدیریت کارآفرینی / کسب و کار
- تشریح روحیات و نکات کلیدی موفقیت کارآفرینان
- نقشه راه ورود و ماندگاری در بازار در قرن ۲۱

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.

و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

- تحلیل نکات استراتژیک موفقیت سازمانها در کارآفرینی سازمانی
- تشریح مفاهیم ، تعاریف و ابعاد کارآفرینی سازمانی
- تشریح لزوم کارآفرینی سازمانی جهت خلق ثروت و موفقیت سازمانی
- تبیین تفاوت کارآفرینی فردی (مستقل) و سازمانی
- تحلیل موانع متداول در کارآفرینی سازمانی
- چالش های کارآفرینی سازمانی
- معرفی مدل تعاملی کارآفرینی سازمانی
- رویکرد اجرای پروژه های جدید براساس مدل بوم کسب و کار BMC
- تشریح بخش های نه گانه ای مدل بوم کسب و کار BMC در کارآفرینی سازمانی
- تشریح ویژگیهای مدیران سازمانهای دارای کارآفرینی سازمانی
- تشریح ویژگیهای مدیریتی در کارآفرینی سازمانی
- عوامل موفقیت افراد در کارآفرینی سازمانی
- تحلیل اقدامات کلیدی در توسعه کارآفرینی سازمانی
- تشریح روشهای تصمیم گیری انتخاب پروژه های کارآفرینی سازمانی (تایید یا رد)

۶- اصول مدیریت بازاریابی نوین (پیشرفته)

هدف:

در این دوره مدیران عامل، مدیران ارشد و کارکنان واحد فروش سازمانها و شرکتهای با اصول و روشهای مفاهیم بازاریابی ، قیف بازاریابی / فروش ، بازاریابی یکپارچه و خلق زنجیره ارزش در مدل CRM در می یابند که چگونه میتوانند با اتخاذ استراتژی مناسب ، شبکه سازی و دیجیتال مارکتینگ در بازاریابی و فروش نوین ، دپارتمان بازاریابی و فروش خود را طرح ریزی و مدیریت نمایند .

همچنین در این دوره شرکت کنندگان با استراتژی های اثربخش در خصوص بازاریابی و فروش نوین (پیشرفته) که عموماً شرکتهای کلاس جهانی با بکارگیری آنها توانسته اند به موفقیت های چشم گیری دستیابند ، آشنا خواهند شد.

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.

و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

محتوای دوره:

- تشریح مفاهیم کلان و پایه ای بازاریابی
- تشریح اصول رضایت از دید مشتریان ۴۰
- تشریح ابزارهای بازاریابی نوین / آمیخته بازاریابی / بازار هدف
- بررسی نقش پرسنل واحد بازاریابی در توسعه روشهای بازاریابی
- تشریح کیف بازاریابی و فروش
- مقایسه نگرشهای بازاریابی سنتی و نوین و معرفی بازاریابی نوین (پیشرفته)
- تعریف و تشریح سیستم ارتباطات بازاریابی یکپارچه IMC
- تشریح متدولوژی فرایند هشت مرحله ای ارتباطات بازاریابی یکپارچه IMC
- تعریف مدیریت ارتباط با مشتری CRM
- انتظارات مشتریان از سازمانهایی که دارای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری CRM
- مراحل راه اندازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری CRM
- تحلیل مدل گارتنر در مدیریت ارتباط با مشتری CRM
- دسته بندی مشتریان / رویکرد تدوین استراتژی برای هر دسته از مشتریان
- تحلیل پلکان وفادار سازی مشتریان
- تشریح فرایند بازاریابی و فروش ارزشی / نوین / پیشرفته
- تحلیل معادله ارزش برای مشتریان
- تعریف ارزش و زنجیره ارزش در بازاریابی
- اصول تقویت زنجیره ارزش و ایجاد شبکه ارزش
- تشریح رویکردها و انواع شبکه سازی در بازاریابی
- تحلیل نکات کلیدی بازاریابی از طریق شبکه سازی
- تحلیل بازاریابی و فروش اینترنتی و فضای مجازی
- ویژگی ها ، مزایا و معایب بازاریابی و فروش اینترنتی و فضای مجازی
- توصیه هایی جهت بازاریابی و فروش اینترنتی و فضای مجازی / شبکه های اجتماعی
- راه های جذب مشتریان در قرن ۲۱

- بررسی و تحلیل انواع استراتژیهای بازاریابی و فروش نوین
- رویکردهای بازاریابی و فروش نوین / پیشرفته در قرن ۲۱

۷- مدیریت و انتقال تکنولوژی (رمز موفقیت در رقابت و خلق ثروت)

هدف:

آشنایی و آموزش مدیران با مفاهیم ، تعاریف و انواع تکنولوژی و مدیریت تکنولوژی در سازمانها ، همچنین در این دوره مراحل مدیریت و انتقال تکنولوژی در سازمانها تشریح گردیده و مدیران نحوه بکارگیری فعالیتهای و قابلیتهای تکنولوژیک سازمان را فرا گرفته و پیش بینی علوم جدید و تبیین استراتژی مناسب در خصوص تکنولوژی جدید و مدیریت آن بخش انتهایی این دوره میباشد.

محتوای دوره:

- مفاهیم پایه و نقش تکنولوژی در خلق ثروت
- تشریح اجزای تکنولوژی و رابطه آن با دانش و کسب و کارها بررسی میگردد
- معرفی و تشریح انواع تکنولوژی ها
- مدیریت تکنولوژی و عوامل موثر در مدیریت تکنولوژی
- تشریح اثر موج طولانی اقتصاد و تحلیل توالی آن
- بررسی چرخه ارتباط علم و تکنولوژی
- تحلیل عملکرد پیشتازان و دنباله روان تکنولوژی
- مدیریت و دوره عمر تکنولوژی
- تحلیل مفاهیم پیش بینی و نقش آن در فرایند نوآوری تکنولوژی
- تشریح پیش بینی تکنولوژی و انواع روشهای آن
- فرآیند نوآوری در انتقال تکنولوژی
- اهمیت بومی سازی تکنولوژی پس از انتقال تکنولوژی

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.
و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

- استراتژی تکنولوژی و مدیریت و انتقال تکنولوژی
- خلق قابلیت محوری
- برنامه ریزی انتقال تکنولوژی
- فرآیند چرخه عمر در برنامه ریزی و انتقال تکنولوژی
- معرفی مدیر ارشد تکنولوژی CTO و تحلیل فعالیتهای و وظایف مدیر ارشد تکنولوژی CTO
- تکنولوژی های حیاتی
- تعاریف و روشهای اکتساب تکنولوژی
- مدیریت انتقال تکنولوژی در صنایع تولیدی و خدماتی، تولیدی جهانی
- تشریح کانال های و انواع روهای انتقال تکنولوژی
- تشریح عوامل موثر در انتقال تکنولوژی
- تحلیل عملکرد تیم انتقال تکنولوژی

۸- مدیریت استراتژیک هلدینگ ها

هدف:

آشنایی با مفاهیم مدیریت و زمینه های کاری شرکتهای هلدینگی و افزایش مهارتهای مدیر ارشد و میانی در ستاد هلدینگ ها در برخورد با مسائل و مشکلات و همچنین توسعه توانمندی مدیران صفی و ستادی جهت برنامه ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل فرآیندهای شرکتهای هلدینگ ها و ارتقاء سیاست گذاری و تدوین استراتژی و توسعه کسب و کار سازمان هلدینگی بگونه ای که قادر باشند سودآوری سرمایه گذاران و مالکان هلدینگ ها را افزایش دهند.

محتوای دوره:

- تعاریف و تعابیر شرکت هلدینگ
- دلایل تشکیل هلدینگ ها
- تحلیل انواع مشارکت در شرکتهای هلدینگ
- تشریح اهداف و رویکردهای دولت ها و بخش خصوصی در خصوص ایجاد شرکتهای هلدینگ

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.
و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

- ماموریت و وظایف ستاد هلدینگ ها
- ویژگیهای واحدهای تجاری یا تولیدی در هلدینگ ها
- انواع ترکیب های عملکردی و حقوقی در تشکیل هلدینگ
- ساختار سازمانی هلدینگ ها
- نظام برنامه ریزی در شرکتهای هلدینگ
- تشریح انواع مدل های تعامل (سازماندهی) هلدینگ ها با شرکتهای تابعه
- انواع ساختار مدیریتی در هلدینگ ها
- تشریح انواع استراتژی ها در شرکت های هلدینگ
- تشریح انواع فرایندهای استراتژیک در حوزه های مختلف در سازمانهای هلدینگ
- انواع متدهای تعامل و کنترل هلدینگ با شرکتهای تابعه
- انواع تجزیه و تحلیل پورتفولیوی در هلدینگ ها
- تشریح اجزا/ پارامترهای کلیدی در مدیریت هلدینگ ها
- اصول خلق ارزش در هلدینگ ها
- تشریح عوامل موثر در بهره وری هلدینگ ها

۹- هیئت مدیره اثربخش

هدف:

آشنایی با مفهوم و عملکرد اعضای هیئت مدیره و صلاحیت هایی که اعضای هیات مدیره باید داشته باشند و اینکه اعضای آن چه وظایف و مسئولیت هایی را باید بعهده بگیرند تا سازمان را به بهترین شکل جهت تحقق اهداف کلان سازمان رهنمون نمایند .

همچنین شرکت کنندگان فرا میگیرند که بعنوان یک عضو هیئت مدیره چه انتظاراتی از آنان وجود دارد و چگونه باید در جلسات هیئت مدیره حاضر شده و مطالب مورد نظر خود را ارائه دهند. در ادامه فرا خواهید گرفت که چگونه نقش خود را در هیئت مدیره بعنوان یک رهبر استراتژیک ایفا کرده و در خصوص چالش های سازمان با آینده نگری تصمیم گیری نمایید.

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.

و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

محتوای دوره:

- تعریف هیئت مدیره و ویژگی های اعضای هیات مدیره
- تشریح انتظاراتی که از اعضای هیات مدیره می رود
- شرایط حضور در جلسات هیات مدیره و نحوه ارائه مطالب
- ماهیت اعضای هیات مدیره و ویژگی های اعضا
- تعداد اعضای هیات مدیره
- ساختار اعضای هیات مدیره و تاثیر آنان بر موفقیت سازمان
- تشریح توانایی های اعضای هیات مدیره بعنوان رهبران استراتژیک سازمان
- تحلیل الزامات و مهارتهای رهبری استراتژیک اعضای هیات مدیره
- مولفه های رهبری استراتژیک اعضای هیات مدیره
- خصوصیات و نقش اعضای هیات مدیره بعنوان رهبران استراتژیک سازمان
- تشریح عملکرد اعضای هیات مدیره بعنوان مغز متفکر سازمان
- تشریح وظایف کلیدی اعضای هیات مدیره (وظایف نظارتی و وظایف عملکردی)
- تشریح نکات کلیدی دهگانه موفقیت اعضای هیات مدیره در سازمان
- تشریح عواملی که در شکست و زیان دهی سازمان موثر هستند
- تحلیل برخی قوانین تجارت که حاکم بر هیات مدیره ها میباشد

۱۰- مدیریت برند و استراتژی برندینگ

هدف:

آموزش مدیران ارشد، مدیران برند و بازاریابی سازمان بعنوان مدیر استراتژیک برند محصول / خدمات و یا سازمان، بگونه ای که بتوانند بنگاه اقتصادی، محصول و یا خدمات خود را معرفی کرده و نام تجاری (برند) سازمان را جا انداخته و در مشتریان ایجاد وفاداری نمایند.

در این دوره در خصوص مفاهیم برند و نحوی نامگذاری اصولی برندها صحبت کرده و فرا میگیرید که بعنوان مدیر برند سازمان چه نقشی داشته و چگونه باید اقدام کنید. همچنین در ادامه رویکرد تدوین و مدیریت فرایند استراتژی برند تشریح گردیده و هر یک از مراحل را بصورت کاربردی و اجرای برای شما تشریح میکنیم. در این راستا نکات استراتژیک توسعه برند و ساخت هویت برند به همراه مثال های کاربردی از برندهای داخلی و خارجی (بین المللی) برای شما تحلیل میگردد.

محتوای دوره:

- تعریف و تشریح نام تجاری یا برند
- نام گذاری برند و مدیریت نام و نشان برند
- تشریح وجوه متمایز برندها
- معرفی مدیر برند به همراه تشریح وظایف و اهدافی که باید محقق نماید
- شخصیت و هویت برندهای موفق در بازار
- نقش برند برای سازمانها
- تشریح و تحلیل مدیریت استراتژیک برند جهت موفقیت در بازار
- تشریح استراتژی برند و فرایند تدوین استراتژی برند
- جایگاه یابی برند سازمان
- اجرای برنامه های بازاریابی برند
- سنجش و ارزیابی عملکرد برند
- تشریح زنجیره ارزش برند و تعدیل کننده ها
- معرفی روشهای ارزیابی برندها

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.
و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

- حفظ ، تقویت و توسعه ارزش برند
- تحلیل و مقایسه روشهای توسعه برند (مستقیم / غیر مستقیم)
- تشریح نکات استراتژیک ارتقاء برند
- تشریح نکات کلیدی توسعه برند و برندینگ سازمان
- تشریح هویت برند و نحوی خلق هویت برای برند سازمان (چرخه هویت برند)
- اهداف برندسازی در سازمان
- اصول تمایز و مزایای برندها
- تحلیل فرصت شناسی برندها جهت برنامه های تبلیغاتی
- تشریح ابعاد ارزش برندها
- ارزش گذاری برندها
- تحلیل برندهای ایرانی و بررسی دلایل حذف برخی برندها

مدرس دوره : دکتر محمود آسیاچی

سابقه کار : ۲۸ سال

مشاور ، مدرس ، سخنران و کوچ کسب و کارها

مالک ۲ کسب و کار تولیدی و آکادمی آموزشی / مشاوره ای / کوچینگ

- دکتری مهندسی صنایع - گرایش مدیریت استراتژیک از آمریکا
- دکتری DBA - گرایش بازاریابی و فروش از دانشگاه جامع علمی کاربردی تهران
- فوق لیسانس مهندسی صنایع - گرایش مدیریت سیستمها و بهره وری از دانشگاه علم و صنعت (تهران)
- فوق لیسانس مهندسی صنایع - گرایش مدیریت عملیات تولید از آمریکا
- مربی تولید و خدمات ناب / JIT / TQM / نظام پیشنهادات / آراستگی محیط کار ۵S (اساتید اوساکی و یوشیدا)
- فراگیری ده ها دوره مدیریتی و سیستمی در داخل و خارج از کشور

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.
و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

سوابق آموزشی و اجرایی:

- ۱- مدرس و موسسه دوره بیزینس کوچینگ رهبری کلاس جهانی BCL
- ۲- مدرس و مشاور تولید و خدمات ناب (سازمان کلاس جهانی به سبک مدیران ژاپنی)
- ۳- مدرس و مشاور مباحث بازاریابی و فروش
- ۴- مدرس و مشاور مباحث برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک
- ۵- مدرس و مشاور مباحث رهبری ، مدیریتی و سرپرستی
- ۶- مدرس و مشاور مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی
- ۷- مدرس و مشاور مدیران کلاس جهانی و تولید/خدمات ناب/JIT

آموزش و کوچینگ دوره های جامع:

- آموزش و کوچینگ بازاریابی و فروش (سطح اکونومی و سطح بیزینس کلاس جهانی)
- دوره جامع MBA مدیریت اجرایی ((مدیر کلاس جهانی))
- دوره جامع Post MBA مدیریت اجرایی پلاس ((مدیران تاثیرگذار کلاس جهانی))
- دوره جامع DBA مدیریت اجرایی پیشرفته ((مدیران ارشد کلاس جهانی))
- دوره جامع Post DBA مدیریت اجرایی پیشرفته ((مدیرعامل ثروت ساز کلاس جهانی))
- دوره جامع MBA مدیریت بازاریابی و فروش ((مدیریت بازاریابی و فروش ناب))
- دوره های جامع ((مدیریت تولید و خدمات ناب / آراستگی محیط کار ۵S / نظام پیشنهادات SS))
- مشاور بیش از ۹۰۰ شرکت خصوصی / دولتی
- مشاور ارشد مدیران عامل در بیش ۱۰۰ برند معتبر کشور
- بیش از ۳۰/۰۰۰ ساعت تجربه آموزش در صنعت (دولتی و خصوصی)
- مدرس و سخنران صدها سمینار در خصوص مدیران کلاس جهانی و همچنین برای حدودا ۱۰۰ عنوان مدیریتی در زمینه های سیستمهای مدیریتی ، تعالی سازمانی EFQM ، استراتژی ، بازاریابی و فروش ، تولید و خدمات ناب (مدیریت ژاپنی) ، منابع انسانی و روشهای مدیریتی
- تالیف ده عنوان کتاب مدیریتی
- کارشناس برتر رادیو اقتصاد ، رادیو ایران و گفتگو

آموزش و مشاوره روشهای نوین مدیریتی

جهت برگزاری کلاس های حضوری و آنلاین در محل شرکت با شماره ۰۲۱-۶۶۹۳۸۷۷۹ تماس بگیرید.

و جهت خرید دوره های آنلاین از طریق www.falatghareh.com اقدام و برای مشاوره با ۰۲۱-۶۶۱۲۳۱۸۸ تماس بگیرید.

- کارشناس شبکه های تلویزیونی سیما

- مدرس MBA & DBA در دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران و موسسات آموزشی معتبر

- مدرس و سخنران در اکثر دانشگاه های کشور (دانشگاه تهران - دانشگاه پزشکی و مهندسی کاشان - دانشگاه سجاد مشهد و ...)

- مدرس مراکز آموزش بازرگانی در استان های کل کشور

برخی مشاوره های انجام شده :

سیمان سپاهان - لبنیات کاله - چینی بهداشتی مروارید - روغن نازگل - بچ بچ - رستوران البرز - یخساران - جهان نور - سیمان نهاوند - سیمان خوزستان - لبنیات صباح - مازندگاز - آسانسور بهفخر - شیرآلات قهرمان - زرین سوله - گام الکتریک - پالایشگاه تبریز - عملیات غیرصنعتی ماهشهر - صنایع شهید شیروودی (مهام) - تابلوبرق و رک مبتکر - پلاسموژن - صنایع شهید دوران - سازمان سینمایی فجر - پیام پرداز - داروسازی باریج اسانس - سپاهان همراه - پاديسان - بعدنگار ایرانیان - کیان دانه پارس - تابلو کنترل مپنا (مکو) - لوله سبز آک - کالوت - ماکارونی تک - نامبروان - شهدآرا - فرآورده های گوشتی آمل - تخته فشرده گرگان - پتروشیمی های آریا ساسول - تندگویان ، تبریز ، ارومیه ، غدیر ، اراک ، جم و خراسان - تهویه اروند - کمپرسور سازی ایران - داروسازی سبحان آنکولوژی - ایرانسل - کیمیاچوب گرگان - لبنیات پگاه - توزین الکتریک - سولیکو - صحت - ساویز - ماکارونی جهان - داروسازان ایران - ایزوگام صدف گستر - دلیجان - پیشگام نور - ماشین آلات چوب پایون (RC) - نتکو - هلدینگ سعادت - بازرگانی کاوش - تعاونی گلخانه داران تگسنا - سیمان خزر = فولاد شادگان - محصولات دریایی درنیکا - فرش سیزان - لیزر ایران - حفاری شمال - توزیع برق زنجان - فولاد اکسین - داروسازان ایران و غیره