

## **Тренинг Игоря Мосцеева «SWOT- анализ как эффективный инструмент бизнес-планирования»**

### **Введение**

План - не догма, а руководство к действию. Эта крылатая фраза включает в себе основную мысль, характеризующую качественное планирование: оно должно быть творческим, с одной стороны, и реальным и выполнимым, с другой. Для бизнес-планирования применяются многочисленные инструменты как качественного, так и количественного характера.

SWOT-анализ относится к первой категории инструментов, где основными предметами анализа являются не столько их количественные показатели, сколько описательная характеристика тех или иных аспектов бизнеса, влияющих на его эффективность. При правильном применении SWOT-анализа он является классическим инструментом стратегического управления, мощным средством оценки эффективности бизнеса, потенциала его развития в будущем и определения основных направлений действий и векторов развития компании.

### **Цели обучения**

- Познакомиться с историей возникновения методики SWOT-анализа.
- Изучить методологию использования SWOT-анализа и его разновидностей.
- Рассмотреть сильные и слабые стороны метода, особенности его использования в различных бизнес-ситуациях.
- Научиться использовать SWOT-анализ как инструмент стратегического планирования и оценки рисков.
- Сформировать понимание, как правильно выстраивать действия менеджмента компании по реализации плана действий, принятого по итогам проведения SWOT-анализа.

### **Ожидаемые результаты участников тренинга**

- Сформируют чёткое понимание целей и задач метода SWOT-анализа.
- Познакомятся с практикой проведения SWOT-анализа в различных бизнес-ситуациях.
- Овладеют правилами и алгоритмом проведения SWOT-анализа.

- Отработают и освоят методику SWOT-анализа на практических примерах.
- Научатся планировать и организовывать действия, необходимые для реализации решений, принятых по итогам SWOT-анализа.

## **В программе тренинга**

### **История использования метода SWOT- анализа и его аналогов.**

- Кеннет Эндрюс – «отец» методики SWOT-анализа.
- Основные цели использования метода SWOT-анализа и его аналогов.
- Методика SWOT-анализа как важная составляющая системы стратегического планирования и управления бизнесом.

### **Суть метода, алгоритм его организации и проведения.**

- Подготовка к проведению SWOT-анализа.
- Определение факторов анализа для использования методики.
- Принципы проведения SWOT-анализа, участники процесса.
- Типичные ошибки, допускаемые при проведении SWOT-анализа.

### **Аналитическая часть процесса.**

- Определение и ранжирование основных факторов, относящихся к Слабым сторонам бизнеса.
- Определение и ранжирование основных факторов, относящихся к Сильным сторонам бизнеса.
- Определение и ранжирование основных факторов, относящихся к внешним Угрозам бизнесу.
- Определение и ранжирование основных факторов, относящихся к внешним Возможностям для бизнеса.

### **Обработка полученных данных, их структурирование по четырём парным комбинациям и разработка плана необходимых мероприятий.**

- Обработка полученных данных, их структурирование по четырём парным комбинациям.
- Достижение консенсуса по первоочередным необходимым мероприятиям.
- Составление конкретного плана мероприятий и проектов по итогам проведенной аналитической работы.

- Организация индивидуальной и командной работы по реализации принятых решений.
- Подведение итогов реализации: промежуточные и финальное.

### **Методы проведения**

Интерактивные мини-лекции, деловые игры, разбор реальных бизнес-кейсов, командные упражнения.

### **Формат тренинга**

- Один день: с 10:00 до 18:00.
- Два кофе-брейка: по 15-20 минут.
- Обеденный перерыв: 60 минут.

### **Дополнительно**

Бизнес-тренер Игорь Мосцеев более двадцати лет проработал топ-менеджером в крупных транснациональных и российских корпорациях, входил в состав Советов директоров холдинговых компаний «КераМир», «Фазтон», «Статойл Раша». В настоящее время проводит бизнес-тренинги по тематике, ориентированной на топ-менеджмент бизнеса.

Разработчик авторских тренингов для менеджеров высшего и среднего звена по стратегическому планированию и маркетингу. Эксперт в области построения дистрибьюторских сетей и работы с иностранными партнерами. Имеет большой опыт в стратегическом планировании бизнеса с использованием различных методик, включая SWOT-анализ.

Игорь получил степень MBA в Портлендском государственном университете (США). Работал в Великобритании, Эфиопии, Танзании, Румынии и США.