

رقم الدورة 1317

دورة استراتيجية النمو المؤسسي

الإدارة الاستراتيجية والاستراتيجية المؤسسية
إدارة الأعمال والقيادة

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

دورة استراتيجية النمو المؤسسي هي برنامج تدريبي مهني متقدم مصمم لتطوير قدرات القيادات التنفيذية والمديرين والمتخصصين في الاستراتيجية وتطوير الأعمال على تصميم وتقييم وتنفيذ استراتيجيات نمو فعالة ومستدامة. تركز الدورة على تمكين المشاركين من تحديد فرص النمو، وتحليل الأسواق والقطاعات، وتقييم البدائل الاستراتيجية، وتعزيز القدرة التنافسية، وتحويل أولويات النمو إلى مبادرات عملية قابلة للتنفيذ والقياس. لا يقتصر النمو المؤسسي على زيادة الإيرادات أو التوسع في الأسواق، بل يعتمد على فهم ديناميكيات السوق والعلاء وقدرات المؤسسة والمنافسة والموارد والمتطلبات التشغيلية والمخاطر الاستراتيجية. تقدم الدورة منهجية منظمة تساعد المشاركين على تقييم فرص النمو من منظور متكامل، والتأكد من توافقها مع قدرات المؤسسة ومواردها وأهدافها الاستراتيجية، بما يدعم اتخاذ قرارات أكثر دقة بشأن التوسع والاستثمار وتطوير الأعمال.

تتناول الدورة مجموعة متقدمة من استراتيجيات النمو، بما في ذلك النمو العضوي، وتعميق الحصة السوقية، وتطوير الأسواق، وتطوير المنتجات والخدمات، والتنويع، والتوسع الجغرافي، والشراكات والتحالفات الاستراتيجية، والمشروعات المشتركة، والاندماج والاستحواذ، ونماذج الأعمال الرقمية، وتحسين محفظة الأعمال. كما تغطي تحليل جاذبية الأسواق، والميزة التنافسية، وقيمة العملاء، وتخصيص الموارد، وتقييم الاستثمارات، وإدارة مخاطر النمو، وقياس أداء مبادرات النمو.

تم تصميم دورة استراتيجية النمو المؤسسي لتناسب الجهات الحكومية والوزارات والمؤسسات العامة والبنوك والمؤسسات المالية وشركات النفط والغاز والشركات الكبرى، إضافة إلى المؤسسات الصناعية والتجارية والخدمية. ومن خلال دراسات الحالة والتمارين التحليلية وورش العمل التطبيقية، يطور المشاركون القدرة على بناء استراتيجيات نمو واقعية تتوافق مع ظروف السوق وقدرات المؤسسة والموارد المتاحة والمخاطر والأهداف طويلة المدى.

أهداف الدورة

- تحليل ظروف الأسواق والقطاعات واحتياجات العملاء والقدرات المؤسسية والقوى التنافسية لتحديد فرص النمو خلال فترة الدورة.

- تقييم الأداء الحالي للمؤسسة وموقعها السوقي ومنتجاتها وخدماتها وشرائح عملائها وانتشارها الجغرافي لتحديد مجالات النمو المحتملة.
- تطبيق أطر استراتيجية منظمة لتقييم اختراق الأسواق وتطوير الأسواق وتطوير المنتجات والخدمات والتنويع وخيارات النمو الأخرى.
- تطوير أهداف نمو واضحة ومتوافقة مع الاستراتيجية المؤسسية والقدرات التنظيمية والأولويات المالية والتوجه طويل المدى.
- تقييم فرص النمو وفق جاذبية السوق والمواعمة الاستراتيجية والجدوى التشغيلية والمتطلبات الاستثمارية والمخاطر والجاهزية المؤسسية.
- تصميم مبادرات نمو مؤسسي تربط الأهداف الاستراتيجية بالأسواق المستهدفة والعملاء والموارد والقدرات والمسؤوليات والجدول الزمني والنتائج المتوقعة.
- تقييم الموقع التنافسي للمؤسسة وتحديد فرص تعزيز التميز والقيمة المقدمة للعملاء والميزة المؤسسية.
- تحسين قرارات تخصيص الموارد من خلال ترتيب مبادرات النمو وفق القيمة الاستراتيجية والجدوى ومتطلبات الاستثمار ومستوى المخاطر.
- تطوير أساليب عملية لإدارة المخاطر والقيود التنظيمية والمتطلبات التشغيلية المرتبطة بالتوسع والنمو.
- تطبيق أساليب إدارة الأداء الاستراتيجي لمتابعة مبادرات النمو باستخدام مؤشرات الأداء والمستهدفات والمراحل الزمنية والمراجعات الإدارية.
- تعزيز المواعمة بين أولويات النمو المؤسسي ووحدات الأعمال والإدارات والموارد والقدرات التنفيذية.
- إعداد استراتيجية نمو مؤسسي وخريطة طريق للتنفيذ تعالج فرصة نمو أو تحدياً حقيقياً في بيئة العمل.
- الفئات المستهدفة:
- تستهدف دورة استراتيجية النمو المؤسسي القيادات التنفيذية، والمديرين، ومديري وحدات الأعمال، ومديري تطوير الأعمال، ومديري الاستراتيجية المؤسسية، ومديري التخطيط الاستراتيجي، والمديرين التجاريين، ومديري التسويق، ومديري الاستثمار، ومديري التحول المؤسسي، ومسؤولي تطوير الأسواق، وصناع القرار المسؤولين عن النمو والتوسع وتطوير الأعمال. كما تناسب المهنيين المشاركين في تقييم الأسواق وتطوير فرص الأعمال

وتحديد الاستثمارات الاستراتيجية وإدارة مبادرات النمو.

- وتناسب الدورة المتخصصين العاملين في الجهات الحكومية والوزارات والمؤسسات العامة والبنوك والمؤسسات المالية وشركات النفط والغاز والطاقة والشركات الصناعية والتجارية والخدمية الكبرى. كما تعد مناسبة للمتخصصين في تطوير الأعمال والاستراتيجية والتخطيط والتسويق والمبيعات والمالية والاستثمار والعمليات والابتكار والتحول الرقمي وإدارة المحافظ والتطوير التنظيمي.
- كما تناسب المديرين والمهنيين الذين يستعدون لقيادة مبادرات النمو أو تحمل مسؤوليات استراتيجية أوسع، وكذلك القيادات والخبراء الذين يرغبون في تطوير قدرتهم على تقييم فرص التوسع، وبناء استراتيجيات النمو، وتقييم الاستثمارات، وإدارة مخاطر التوسع، ومواءمة الموارد والقدرات المؤسسية مع أهداف النمو.

الفئة المستهدفة

The Corporate Growth Strategy Training Course is designed for executives, directors, senior managers, business unit managers, business development managers, corporate strategy managers, strategic planning professionals, commercial managers, marketing leaders, investment professionals, transformation managers, and decision makers responsible for organizational growth and business expansion. It is particularly relevant to professionals involved in evaluating markets, developing new business opportunities, allocating strategic investments, and managing growth initiatives.

The course is suitable for professionals working in government entities, ministries, public sector organizations, banks and financial institutions, oil and gas organizations, energy companies, industrial organizations, commercial enterprises, and large corporations. It is also valuable for specialists in business development, corporate planning, strategy, marketing, sales, finance, investment, operations, innovation, digital transformation, portfolio management, and organizational development.

The program is appropriate for managers and professionals preparing to lead growth initiatives or assume broader strategic responsibilities, as well as experienced leaders seeking to improve their ability to evaluate expansion opportunities, develop growth strategies, assess strategic investments, manage

implementation risks, and align organizational resources with corporate growth objectives.

مخرجات التعلم

- تحليل الأسواق والقطاعات والبيئات التنافسية لتحديد فرص النمو المؤسسي الجذابة.
- تقييم نقاط القوة والقدرة والموارد والمنتجات والخدمات والموقع التنافسي للمؤسسة في ضوء أهداف النمو.
- تحديد وترتيب فرص النمو وفق الملاءمة الاستراتيجية وجاذبية السوق والجدوى ومتطلبات الاستثمار والمخاطر.
- تطبيق أطر عملية لتقييم اختراق الأسواق وتطوير الأسواق وتطوير المنتجات والخدمات والتنويع واستراتيجيات النمو المختلفة.
- تطوير استراتيجيات نمو تركز على احتياجات العملاء وتستجيب للتغيرات في الأسواق والبيئة التنافسية.
- تقييم الموقع التنافسي وتحديد فرص تعزيز التميز والقيمة المقدمة للعملاء.
- تطوير مبادرات نمو عملية تتضمن الأهداف والأسواق المستهدفة والموارد والمسؤوليات والجدول الزمنية ومؤشرات الأداء.
- تقييم قرارات الاستثمار وتخصيص الموارد اللازمة لدعم النمو المؤسسي.
- تقييم جاهزية المؤسسة وقدراتها التشغيلية والتنظيمية للتوسع وزيادة تعقيد الأعمال.
- تحديد المخاطر الاستراتيجية والمالية والسوقية والتشغيلية والتنظيمية المرتبطة بمبادرات النمو ووضع إجراءات مناسبة لمعالجتها.
- تطوير مؤشرات أداء ومراجعات إدارية لمتابعة تنفيذ استراتيجية النمو وقياس النتائج.
- إعداد وعرض استراتيجية نمو مؤسسي متكاملة وخريطة طريق عملية لتنفيذها.
- مخطط الدورة:

محاور الدورة

اليوم الأول

أسس استراتيجية النمو المؤسسي وتحليل فرص النمو

- مفهوم استراتيجية النمو المؤسسي ودورها في تحقيق الأداء والنمو طويل المدى.
- العلاقة بين الاستراتيجية المؤسسية واستراتيجية الأعمال واستراتيجية النمو والتنفيذ التشغيلي.
- مفهوم النمو المستدام والفرق بين النمو الحقيقي والتوسع قصير المدى.
- تقييم الأداء الحالي للمؤسسة وموقعها من حيث النمو.
- تحليل القدرات والموارد ونموذج التشغيل والمنتجات والخدمات ومحفظة العملاء.
- تحليل هيكل القطاع وظروف السوق واتجاهات العملاء والقوى التنافسية.
- تحديد فجوات السوق واحتياجات العملاء غير المستوفاة والفرص الناشئة وقيود النمو.
- تقييم نقاط القوة والضعف والقدرات والجاهزية الاستراتيجية للمؤسسة.
- تحديد المحركات الداخلية والخارجية للنمو المؤسسي.
- صياغة الأسئلة الاستراتيجية المتعلقة بالنمو وتحديد مجالات الفرص.
- التطبيق العملي والمناقشة: إجراء تقييم شامل لإمكانات النمو في مؤسسة محددة وتحديد أهم فرص النمو ذات الأولوية.

اليوم الثاني

استراتيجيات النمو والتوسع وتطوير نماذج الأعمال

- فهم الاستراتيجيات الرئيسية للنمو المؤسسي وتطبيقاتها.
- اختراق الأسواق وتعزيز الموقع في الأسواق الحالية.
- تطوير الأسواق والتوسع الجغرافي.
- تطوير المنتجات والخدمات الجديدة.

اليوم الثاني — تابع

- التنوع وتوسيع محفظة الأعمال.
- استهداف شرائح جديدة من العملاء والأسواق الناشئة.
- نماذج الأعمال الرقمية وفرص النمو المدعومة بالتقنية.
- الشراكات والتحالفات الاستراتيجية والمشاروعات المشتركة وتطوير المنظومات التجارية.
- مقارنة النمو العضوي بوسائل النمو الخارجي.
- ابتكار نماذج الأعمال وتطوير القيمة المقدمة للعملاء.
- تقييم الملاءمة الاستراتيجية والقدرات المؤسسية وتعقيد التنفيذ.
- التطبيق العملي والمناقشة: تطوير ومقارنة استراتيجيات نمو بديلة لسوق أو منتج أو خدمة أو وحدة أعمال محددة.

اليوم الثالث

استثمارات النمو والموقع التنافسي وتخصيص الموارد

- تقييم جاذبية الأسواق والقيمة الاستراتيجية لفرص النمو.
- تحديد الموقع التنافسي ومصادر التميز والميزة المؤسسية المستدامة.
- تحليل قيمة العملاء وتقسيم العملاء وتحديد أولويات النمو.
- تحليل المنافسين وتقييم استجاباتهم المحتملة لاستراتيجيات النمو.
- تقييم فرص النمو من المنظور المالي والاستراتيجي.
- تحديد المتطلبات الاستثمارية وتخطيط الموارد اللازمة لمبادرات النمو.
- الاعتبارات المالية في قرارات النمو والاستثمار الاستراتيجي.
- مواءمة الموارد البشرية والمالية والتقنية والتشغيلية والقدرات التنظيمية مع أولويات النمو.
- ترتيب محفظة مبادرات النمو وتحقيق التوازن بين الفرص وقدرة المؤسسة على التنفيذ.
- تقييم المفاضلات الاستراتيجية وتكلفة الفرص البديلة.

اليوم الثالث — تابع

- وضع معايير واضحة لاختيار وترتيب مبادرات النمو.
- التطبيق العملي والمناقشة: بناء محفظة لفرص النمو وترتيب المبادرات وفق القيمة الاستراتيجية والجدوى والموارد والمخاطر.

اليوم الرابع

تنفيذ استراتيجية النمو وإدارة المخاطر وقياس الأداء

- تحويل استراتيجية النمو المؤسسي إلى مبادرات قابلة للتنفيذ.
- تطوير خرائط طريق لتنفيذ مبادرات النمو والمراحل الاستراتيجية.
- تحديد الملكية والمسؤوليات والمساءلة بين الإدارات والوظائف المختلفة.
- إدارة القدرات المؤسسية والطاقة التشغيلية أثناء التوسع.
- تحديد المخاطر الاستراتيجية والمالية والسوقية والتشغيلية والتنظيمية المرتبطة بالنمو.
- تطوير أساليب تقييم المخاطر وإجراءات الحد من آثارها.
- إدارة التغيير المؤسسي المرتبط بالتوسع والنمو.
- إدارة أصحاب المصلحة والتواصل التنفيذي أثناء تنفيذ استراتيجية النمو.
- تطوير مؤشرات الأداء الرئيسية لمتابعة تنفيذ استراتيجية النمو.
- متابعة مؤشرات الإيرادات والأسواق والعملاء والعمليات والنتائج المالية والاستراتيجية.
- تحديد فجوات الأداء واتخاذ الإجراءات التصحيحية.
- وضع آليات الحوكمة والمراجعة لمبادرات النمو.
- التطبيق العملي والمناقشة: إعداد خطة متكاملة لتنفيذ استراتيجية النمو تشمل المراحل والمسؤوليات والمخاطر ومؤشرات الأداء والإجراءات التصحيحية.

اليوم الخامس

ورشة متكاملة لاستراتيجية النمو المؤسسي

- مراجعة منهجية تطوير استراتيجية النمو المؤسسي.
- دمج تحليل الأسواق والقدرات المؤسسية وقيمة العملاء والموقع التنافسي والأولويات الاستراتيجية.
- تقييم استراتيجيات النمو البديلة واختيار الخيارات الأكثر ملاءمة.
- تطوير محفظة متكاملة لمبادرات النمو.
- موازنة مبادرات النمو مع الموارد والقدرات والأهداف المؤسسية.
- تحديد أولويات الاستثمار ومتطلبات التنفيذ.
- تطوير سيناريوهات النمو وتقييم الاستجابات الاستراتيجية للتغيرات في الأسواق.
- تحديد مؤشرات الأداء والمراحل الزمنية وآليات المراجعة الإدارية.
- تعزيز اتخاذ القرارات التنفيذية والتواصل الاستراتيجي بشأن مبادرات النمو.
- تحديد عوامل النجاح الحرجة والاعتماديات اللازمة للتنفيذ.
- إعداد خطة عمل عملية للنمو المؤسسي.
- الورشة النهائية وخطة التنفيذ: إعداد وعرض استراتيجية نمو مؤسسي متكاملة تشمل تحليل الفرص والأسواق المستهدفة وخيارات النمو والموقع التنافسي والموارد والاستثمارات والمخاطر ومؤشرات الأداء والمسؤوليات وأولويات التنفيذ.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/corporate-growth-strategy-training-course>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440