

戦略的 中期経営計画 策定と診断カリキュラム <Aタイプ> 中堅企業規模

回	主要テーマ	研修内容	時間
	<b>「戦略とは何か」を学ぶ</b>	<b>* 事前診断インタビュー 1</b>	<b>4H</b>
1.	企業の存続と発展を保証するものは？ 戦略的中期経営計画とは 中期経営計画の策定手順	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事例研究 大沢商会の倒産で解明されること</li> <li>・事例研究 任天堂の環境適応に実際</li> <li>・事例研究 ヤマト運輸の発展の経緯</li> </ul>	5H
	<b>自社の現状を知る</b>	<b>* 事前診断インタビュー 2</b>	<b>4H</b>
2	自社の現状把握	<ul style="list-style-type: none"> <li>・わが社の過去の成功要因の認識</li> <li>・経営の視点からの現状把握</li> <li>・財務の視点からの現状分析</li> </ul>	6H
	<b>成功要因の今後の形</b>	<b>* 事前診断インタビュー 3</b>	<b>4H</b>
3	事業分野の変遷と成功要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事例 繊維産業の変遷を学ぶ</li> <li>・環境要因と変化の把握</li> <li>・USP, ブルーオーシャン市場の探索</li> </ul>	6H
	<b>経営目標と営業構造</b>	<b>* 事前診断・インタビュー 4</b>	<b>4H</b>
4	経営目標と体質改善検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事例 ヤマト運輸の営業構造の変遷を検証</li> <li>・わが社の営業構造改善目標の検討</li> <li>・商品・サービス力の強化の方向検討</li> </ul>	6H
	<b>商品ー市場マトリクス</b>		
5	商品市場マトリクスの検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品市場マトリクス表の作成検討</li> <li>・事例 ヤマト運輸の事例を学ぶ</li> <li>・商品・サービス力の強化の具体策検討</li> </ul>	5H
	<b>組織、人材、組織風土</b>		
6	組織・風土と人材の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事例 住友銀行の組織改革に学ぶ</li> <li>・組織改善目標の検討</li> <li>・経営陣・管理者の能力向上計画</li> <li>・組織風土の改善の検討</li> </ul>	6H
	<b>売り上げ、財務</b>		
7	財務構造と概算売上げ計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・財務構造の改善視点</li> <li>・3年売上計画の設定</li> <li>・収益計画</li> </ul>	5H
	<b>推進体制・行動計画</b>		
8	行動計画と推進体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・初年度の行動計画</li> <li>・中期経営計画の実行状況の検証把握体制</li> <li>・内部監査の仕組みを決める</li> </ul>	6H