

مدخل إلى التخطيط الاستراتيجي

INTRODUCTION TO STRATEGIC PLANNING

تعد هذه المادة مدخلاً أساسياً لفهم التخطيط الاستراتيجي كأداة رئيسية في تحقيق الأهداف بعيدة المدى للمؤسسات. تقدم المادة مفاهيم وأساليب التخطيط الاستراتيجي، وأهميته في بيئة العمل المختلفة، مع التركيز على دور التخطيط الاستراتيجي في المؤسسات الإعلامية. كما تناقش كيفية صياغة الاستراتيجيات واتخاذ القرارات الاستراتيجية الفعالة.

وصف المادة:

تتناول المادة الأسس والمفاهيم الرئيسية للتخطيط الاستراتيجي، بدءاً من تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسات، مروراً بوضع الأهداف الاستراتيجية، وانتهاءً بتنفيذ الاستراتيجيات وتقيمها. كما تسلط الضوء على دور التخطيط الاستراتيجي في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الإعلامية، مع استعراض نماذج واستراتيجيات ناجحة في هذا المجال.

أهداف المقرر:

- تعريف الطلاب بمفهوم التخطيط الاستراتيجي وأهميته في المؤسسات.
- تمكين الطلاب من تحليل البيئة الداخلية والخارجية لتحديد الفرص والتحديات.
- تزويدهم بالمعرفة حول كيفية صياغة الأهداف والاستراتيجيات الفعالة.
- توضيح آليات تنفيذ الاستراتيجيات وقياس أدائها.
- ربط التخطيط الاستراتيجي بمتطلبات العمل الإعلامي والتحديات التي تواجهه.
- تعزيز مهارات التفكير الاستراتيجي واتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات والتحليل.

المخرجات المتوقعة:

- قدرة الطالب على فهم المفاهيم الأساسية للتخطيط الاستراتيجي.
- امتلاك مهارات تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسات.
- القدرة على صياغة أهداف واستراتيجيات فعالة وقابلة للتنفيذ.
- الإلمام بآليات تنفيذ الاستراتيجيات وقياس الأداء الاستراتيجي.
- فهم دور التخطيط الاستراتيجي في تعزيز نجاح المؤسسات الإعلامية.
- تنمية مهارات التفكير الناقد والتخططي في مجال الإدارة الإعلامية.