



EÖTVÖS LORÁND TUDOMÁNYEGYETEM

PSZICHOLÓGIAI INTÉZET

II.4. Tantárgy neve:

Modern stratégiai gondolkodás

| Kredit: | Félév: | Óraszám/félév: | Óratípus: | Értékelés: |
|---------|--------|----------------|---|--|
| 5 | II. | 30 | Előadás <input checked="" type="checkbox"/> Szeminárium <input type="checkbox"/> Gyakorlat <input type="checkbox"/> | Kollokvium <input checked="" type="checkbox"/> Gyakorlati jegy <input type="checkbox"/> Minősítés <input type="checkbox"/> |

A tantárgy leírása:

A tantárgy célja a sokféle stratégiai iskola meglétének elfogadása, melyek közül egyik sem egyenlő az üzleti tervvel. Ennek tudatosulásával elérhető, hogy az analízis ne pótolja a szintézist. A stratégiai gondolkodás sokféleségének elfogadásával a kreativitás-ökológiai szaktanácsadó kételkedik a biztos jövőt ígérő kellékekben, és elfogadhatatlannak tartja a stratégia alkotását kész modellekkel helyettesíteni.

Átadásra kerülő ismeretek témakörei:

Az innovatív szervezet lényege a megújulási képesség fenntartása. Egy innovatív szervezetben akkor gondolják újra a stratégiát, amikor épp itt az ideje. A stratégia megvalósítása egy lépésről lépésre kialakuló tanulási folyamat. A változás alulról jön, de ebből nem következik, hogy minden alulról jövő innováció helytálló.

- A verseny tündöklése és bukása
- Logikai fokozatosság
- Először cselekedj
- Az alulról jövő változások
- A három betűs modellek érvényességi tartománya
- Az új piacok közepe és széle
- A rábeszélés alkonya

Kötelező irodalom

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J.: Stratégiai szafari. Útbaigazítás a stratégiai menedzsmentben. HVG Kiadói ZRt., Budapest, 2005.

Baracska Z., Velencei J.: Profi stratégia. eMentor Média, Budapest, 2011.

Ajánlott irodalom:

Mintzberg, H.: A menedzsment művészete. Alinea Kiadó, Budapest, 2010.

Godin, S.: Minden marketinges sztorizik (hazudik). HVG Kiadói Zrt., Budapest, 2011.

Tantárgyfelelős: Prof. Mérő László egyetemi tanár

Oktatók: Dr. Baracska Zoltán egyetemi docens