

# СТРАТЕГИЯ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА НА ЗНАНИЯ

## СЪДЪРЖАНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ	9
ГЛАВА 1	
ТЕНДЕНЦИИ В ОБЩЕСТВОТО НА ЗНАНИЯ	11
1.1. Роля на знанията	11
1.2. Основни фактори за промени в обществото	13
1.3. Необходимост от стратегическо управление на знания	15
ГЛАВА 2	
ОРГАНИЗАЦИЯ НА ЗНАНИЯ	19
2.1. Същност и особености	19
2.2. Различия на организацията на знания от учещата се организация	21
2.3. Учене на организациите	23
2.4. Организацията като правен субект	25
ГЛАВА 3	
РОЛИ И ПОЗИЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯТА НА ЗНАНИЯ	30
3.1. Работници на знания	30
3.2. Служители на организацията на знания	31
3.3. Главен мениджър на знания	33
ГЛАВА 4	
ОРГАНИЗАЦИОННА КУЛТУРА	36
4.1. Същност	36
4.2. Роля на лидерите в организацията на знания	38
4.3. Организационна промяна	39
4.4. Основни фактори за успех на промяната	42
ГЛАВА 5	
УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ	44
5.1. Същност	44
5.2. Ангажираност, обвързаност и мотивиране на персонала	46
5.3. Подходи за обвързване и мотивиране на служителите	51
5.4. Възнаграждения на служителите	55
ГЛАВА 6	
СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ	59
6.1. Дефиниране на стратегия	59
6.2. Мисия, визия, ценности и цели на организацията	64
6.3. Основни етапи в стратегическото управление	69
6.4. Стратегически анализ	71
6.5. Формулиране на стратегия	71
ГЛАВА 7	
БАЛАНСИРАНА СИСТЕМА ОТ ПОКАЗАТЕЛИ	73
7.1. Необходимост от нов подход за стратегическо моделиране	73
7.2. Същност на балансираната система от показатели	74
7.3. Приложение на балансираната системата от показатели	81
7.4. Йерархичност при прилагането на балансираната система от показатели	86
7.5. Софтуерни решения за стратегическо управление с BSC	89
ГЛАВА 8	
МЕТОДИ ЗА АНАЛИЗ НА ВЪНШНАТА СРЕДА	91
8.1. Необходимост от анализ на външната среда	91
8.2. Анализ на макросредата (STEER/PEST анализ)	94
8.3. Анализ на движещите сили	96
8.4. Модел на петте конкурентни сили (модел на Портър)	99
8.5. Анализ на конкуренцията	104

ГЛАВА 9	
МЕТОДИ ЗА АНАЛИЗ НА ВЪТРЕШНАТА СРЕДА	107
9.1. SWOT анализ	107
9.2. TOWS матрица	111
9.3. Анализ на ключовите компетенции	114
9.4. Анализ за уникалността на продукта	116
9.5. Анализ за търсене на пазарна ниша	117
9.6. GAP анализ	118
9.7. VRIO анализ	120
9.8. Анализ на сценарии	121
ГЛАВА 10	
МЕТОДИ ЗА ФОРМУЛИРАНЕ НА СТРАТЕГИЯ	122
10.1. Основни стратегии на Портьер	122
10.2. Пет-стъпков модел за формулиране на стратегии на Лафли и Мартин	122
10.3. 5P стратегия на Минцберг	122
10.4. Матрица „Пазар-Продукт” на Ансоф	122
10.5. Платно за бизнес моделиране	122
10.6. Ключови фактори за успех	122
ГЛАВА 11	
СТРАТЕГИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ЗНАНИЯ	122
11.1. Същност	122
11.2. Връзка с бизнес стратегията	122
11.3. Системен подход към стратегията за управление на знания	122
11.4. Фактори за успех при внедряването на УЗ	122
11.5. Стратегии за УЗ	122
БИБЛИОГРАФИЯ	122
РЕЧНИК НА ТЕРМИНИТЕ	122