**MASTERCLASS STRATEGISCH MANAGEMENT NON-PROFIT, TIAS**

* Inleiding

Ingrijpende verschuivingen in de verhoudingen tussen de ‘civil society’, de markt en de overheid kenmerken het publieke en non‐profit domein. In het verlengde daarvan vervagen ook de grenzen tussen de afgebakende functionele gebieden binnen deze organisaties.

Tegelijkertijd zien wij zowel een toenemende verzakelijking van de primaire processen als een toenemende aandacht voor vraagstukken rondom het creëren van publieke waarden door publieke en non‐profit organisaties.

Deze ontwikkelingen vragen van veel publieke en non‐profit organisaties een scherpe oriëntatie op de strategische positionering en de te volgen strategische koers.

Publieke organisaties staan continue voor de uitdaging de juiste balans te vinden tussen de wensen en eisen die gesteld worden vanuit de ‘civil society’, de markt en de overheid, en in deze context strategisch beleid te ontwikkelen en te implementeren.

De masterclass Strategisch Management geeft de deelnemers op een wetenschappelijke maar ook praktische wijze inzicht in de actuele kennis en het discours op het gebied van strategisch management én de implementatie van de strategie in de hiervoor geschetste context toegepast op ieder zijn eigen organisatie.

* Programma omschrijving

Deze masterclass geeft inzicht in de meervoudigheid van strategisch ‘beleid’ in een publieke organisatie. Duidelijk wordt hoe met strategisch management de dynamische ontwikkelingen in de omgeving van een organisatie worden verbonden met de eigen organisatie – en andersom. Deelnemers krijgen inzicht in de diverse aspecten en verschillende theoretische benaderingen van strategievorming. Bovendien komt het scenario‐denken als methodiek uitgebreid aan bod. Er is ruimschoots aandacht voor de impact van diverse maatschappelijke ontwikkelingen op de positionering en strategieformulering, vanuit de erkenning dat publieke en non‐profit organisaties functioneren in een meervoudige en complexe context binnen het eerder genoemde spanningsveld van de ‘civil society’, de markt en de overheid. Steeds staat de eigenheid van het publieke en non‐profit domein centraal. Speciale aandacht besteden de docenten aan het creëren van ‘draagvlak’ voor het te voeren strategisch beleid. Tevens gaan de docenten uitgebreid in op de implementatie van strategisch beleid en de hiermee dikwijls samenhangende veranderingen binnen de organisatie, die in de regel weerstand oproepen en alleen al om die reden aandacht vragen. Tenslotte komen de eisen aan de orde die al deze ontwikkelingen stellen aan de strategische competenties en het leiderschap van de manager en bestuurder in de publieke en non‐profit sector op diverse momenten.

* Leerdoelen op programma niveau en op moduleniveau.

Deze masterclass stelt deelnemers in staat:

* + 1. De impact van maatschappelijke ontwikkelingen in combinatie met verschuivingen in de verhoudingen tussen ‘civil society’, markt en overheid te vertalen naar de eigen organisatie
    2. Zich de voor hun situatie geëigende methoden en technieken van strategisch management eigen te maken en toe te passen op de eigen organisatie
    3. De eigen organisatie te positioneren binnen een steeds veranderende maatschappelijke context
    4. Om te gaan met strategische dilemma’s en paradoxen
* Literatuur

Pre-readings/ artikelen:

* + Wilkinson, A. & Kupers, R. (May 2013), Living the Futures, Harvard Business Review.
  + Raaijmakers, A. G., Vermeulen, P. A., Meeus, M. T., & Zietsma, C. (2015), I need time! Exploring pathways to compliance under institutional complexity, Academy of Management Journal, 58(1), 85-110.

Pre-readings/ boek:

* + Strategie Safari, Henry Mintzberg, Joseph Lampel.

en een websearch uit te voeren op de begrippen:

* + Publieke Waarde (public value), Strategische Driehoek (strategic triangle) als ontwikkeld door prof Mark Moore.
* Voorbereidende opdracht

Voorbereidende opdracht Masterclass Strategisch Management voor Non-Profit:

Beschrijf de drie belangrijkste strategische uitdagingen waar uw organisatie voor staat.

Geef aan waarom u deze uitdagingen strategisch van aard vindt.

Gebruik in uw beschrijving de Strategische Driehoek van Mark Moore. Voer hiervoor eerst de websearch uit, zoals aangegeven in de programma beschrijving.

Geef tenslotte aan welke concrete activiteiten naar uw mening moeten worden ontwikkeld om tegemoet te komen aan deze strategisch uitdagingen.

Lengte: 2 A4

* Programmarooster

Dagelijks:

* + lunch van 12.30 – 13.30 uur
  + koffiepauze 10.30 – 10.45 uur
  + koffiepauze 14.45 – 15.00 uur

Dag 1 18-12-2017:

09.00 – 12.30

College strategievorming en implementatie **dr. Eelco van Hout**

- Publieke waarde (public value) creëren in samenhang met diverse strategievormen

- Visievorming in strategie, hoe komt u tot een goede visie?

- Benadering van strategievormen

13.30 – 17.00

College strategievorming en implementatie **dr. Eelco van Hout**

- Publieke waarde (public value) creëren in samenhang met diverse strategievormen

- Visievorming in strategie, hoe komt u tot een goede visie?

- Benadering van strategievormen

Dag 2 19-12-2017:

09.00 – 12.30

College Scenario-denken **dr. Robert Bood**

- Nationale en internationale invloeden die op de publieke sector afkomen

- Impact van deze invloeden op uw organisatie (scenario-denken), bedrijfsvoering, strategie, publieke waarde etc.

13.30 – 17.00

Strategisch HRM **dr. Michiel Schoemaker**

- De relatie tussen strategie, mens en organisatie

- Kan ik met de huidige kennis en talenten van mijn mensen de visie/strategie van de organisatie nastreven en door ontwikkelen?

- Inzetten en ontwikkelen van talenten, mobiliteit, loopbanen en oriëntaties op werken

Dag 3 20-12-2017:

09.00- 12.30

College Instituties en Strategie **Prof.dr. Patrick Vermeulen**

- Welke krachten beïnvloeden het vormen en aanpassen van een strategie in het complexe publieke domein?

13.30 - 17.00 College Strategisch veranderen van instituties **Prof.dr. Patrick Vermeulen**

- Welke instrumenten kunnen we inzetten om instituties in organisaties te veranderen?