



《战略共识与执行力提升沙盘模拟》课纲

美国 ACI 认证版权课程

国际 ACI 注册沙盘讲师：魏滨

- 一、**培训对象**：企业中、高层管理人员
- 二、**培训规模**：36-42 人为宜
- 三、**授课时间**：2-3 天（模拟经营三年）

沙盘培训背景来源

企业沙盘模拟培训源自西方军事上的战争沙盘模拟推演。战争沙盘模拟推演通过红、蓝两军在战场上的对抗与较量，发现双方战略战术上存在的问题，提高指挥员的作战能力。欧、美知名商学院和管理咨询机构很快意识到这种方法同样适合企业对中、高层经理的培养和锻炼，随即对军事沙盘模拟推演进行广泛的借鉴与研究，最终开发出了企业沙盘实战模拟培训这一新型现代教学模式。沙盘模拟培训已风靡全球，不仅是欧、美工商管理硕士的核心课程之一，也是世界 500 强企业中高层管理人员经营管理能力培训的首选课程。

沙盘培训特色

沙盘实战模拟培训课程完全不同于传统的灌输式被动学习。它是通过引领学员进入一个高度竞争的模拟行业，由学员分组成立的若干“公司或部门”，在模拟的竞争环境下，进行模拟经营活动，学员在主导各自“公司”的系统经营管理活动中完成体验式学习。

根据培训主题的不同，系列课程的设置不同，侧重的管理活动不同，学习内容不同。在模拟经营结束之后，学员通过认真反思与讨论，暴露自身误区，总结经营成败，体验管理得失。最后经过培训师高屋建瓴的点评解析，进一步领悟科学管理规律，提高经营管理能力。总结起来，沙盘培训具有极强的体验性、互动性、实战性、竞争性、综合性、有效性等特点。

沙盘培训教学方法

沙盘培训课程时间安排为 2 天，培训教室采用岛式布局，将学员分成 6 个相互竞争的模拟管理团队，每个团队 5 至 8 人，分别扮演模拟管理团队的重要职位角色，如 CEO、财务总监、营销总监、生产总监、采购总监等，围绕与培训主题相关的经营活动，借助形象直观的沙盘教具，完成模拟企业目标经营管理的推演过程。课堂上讲师通过运用分组讨论集中研讨、角色扮演、情景演练、案例分析、讲师点评等多种教学手段，调动学员在高度兴奋状态下完成培训课程，确保学员对先进的经营思想和管理方法充分理解并娴熟运用。

课程收获

- 1、通过实操，直接验证以往形成的战略管理思想和方法，促使自己发现自身存在的战略管理误区问题；通过教师的点评促使学员理性认识自身问题，实现自我超越
- 2、技能的价值：课程将会直接提高学员审时度势、理性战略决策意识；强化战略管理思想；厘清战略规划的思路和流程；提升洞察市场、分析环境、把握机会、制定战略、确立优势改进绩效、科学决策的实战能力，促使成为一名优秀的企业战略管理和执行人才。

课程大纲





课程内容设计如下：

第一部分：课程导入

- 1、沙盘介绍：企业沙盘模拟训练的认识
- 2、课程认识：为什么要接受沙盘训练
- 3、企业介绍：企业初始状态设定（统一假定的训练前提）
- 4、规则介绍：从道具到工具到角色到操作
- 5、小试牛刀：沙盘引导年经营模拟操作
 - 1) 引导年运行规则说明
 - 2) 引导年运行流程说明
 - 3) 培训师带领学员模拟操作一遍
- 6、团队讨论：搜集小组成员感到疑惑的问题，培训老师解答

第二部分：战略谋划

- 1、知识铺垫：企业战略管理——从偶然成功走向必然成功的“利器”
- 2、战略决策：从概念到愿景到使命到战略到职能到计划的解读
 - 1) 工具（波士顿矩阵、平衡计分卡、盈亏平衡分析、全成本核算评价）
 - 2) 解读
- 3、战略规划：小组讨论、确定——CEO 主持
 - 1) 制定本团队的“企业愿景”
 - 2) 制定本团队的“企业使命”
 - 3) 制定本团队的“企业战略”
 - 4) 制定本团队的“职能战略”
 - 5) 制定本团队的“部门计划”
- 4、小组讨论：小组讨论、确定——CEO 主持
 - 1) 制定本“企业”3 年的战略规划
 - 2) 可以比照沙盘进行推演练习（预演）
 - 3) 方法：如果计划无法实现，就要调整
- 5、讲师点评：工业经济时代和知识经济时代企业战略管理的异同

第三部分：战略实施

本部分为沙盘实战，学员分角色全程操作、体验、感悟战略管理的精髓

- 1、开局布阵：模拟企业第一年战略实施
 - 1) CEO 战略管理：如何成为一名真正的 CEO。
 - 2) 沙盘模拟实战对抗第一年过程体验
 - 3) 小组讨论：检视本年度失误，调整下一年度经营策略
 - 4) 讲师点评：如何进行战略谋局
- 2、苦心经营：模拟企业第二年战略实施
 - 1) CFO 战略管理：如何成为一名真正的 CFO。
 - 2) 沙盘模拟实战对抗第二年过程体验
 - 3) 小组讨论：检视本年度失误，调整下一年度经营策略
 - 4) 讲师点评：如何进行财务战略管理
- 3、战胜危机：模拟企业第三年战略实施
 - 1) CMO 战略管理：如何成为一名真正的 CMO。（营销/销售总监）
 - 2) 沙盘模拟实战对抗第三年过程体验

3) 小组讨论：检视本年度失误，调整下一年度经营策略

4) 讲师点评：如何进行营销战略管理

4

第四部分：课程总结

1、企业战略规划：

1) 企业竞争战略

2) 战略力量体现

3) 课程精髓所在

4) 战略把控依据（财务报告分析）

5) 现代企业战略：知识经济时代的企业战略把握

2、围绕战略计划的执行力提升

1) 执行力实质与特征

2) 如何去理解执行力

3) 执行力对企业的重要性

4) 组织执行力缺失原因

5) 提升组织执行力的方法

6) 提升执行力的三讲四化

7) 执行力的执行原则

3、小组业绩汇总：方法、排名

4、小组现场总结：畅谈沙盘课程体验和收获

5、个人业绩评价：方法、评比

6、颁发优胜奖：课程结束