



# **Compact MBA Course Programma Boek Najaar 2024**



**Kijk  
vooruit en  
benut je  
kansen**

Het Compact MBA programma is uniek in Nederland. Gelanceerd in 1996, wordt het steeds ieder half jaar geactualiseerd. De onderscheidende kracht van het programma zijn zonder meer de trainers: zwaargewichten uit de praktijk. “Fanatiek, visionair, rijke bagage, krachtig” zijn kwalificaties die deelnemers hen regelmatig teruggeven, naast hoge scores.

De feedback van deelnemers laat zich als volgt samenvatten:

Je verwerft inzicht in alle cruciale bedrijfsprocessen en hun samenhang

Je nieuwe kennis, tools, inzicht en focus maken je krachtig en effectief

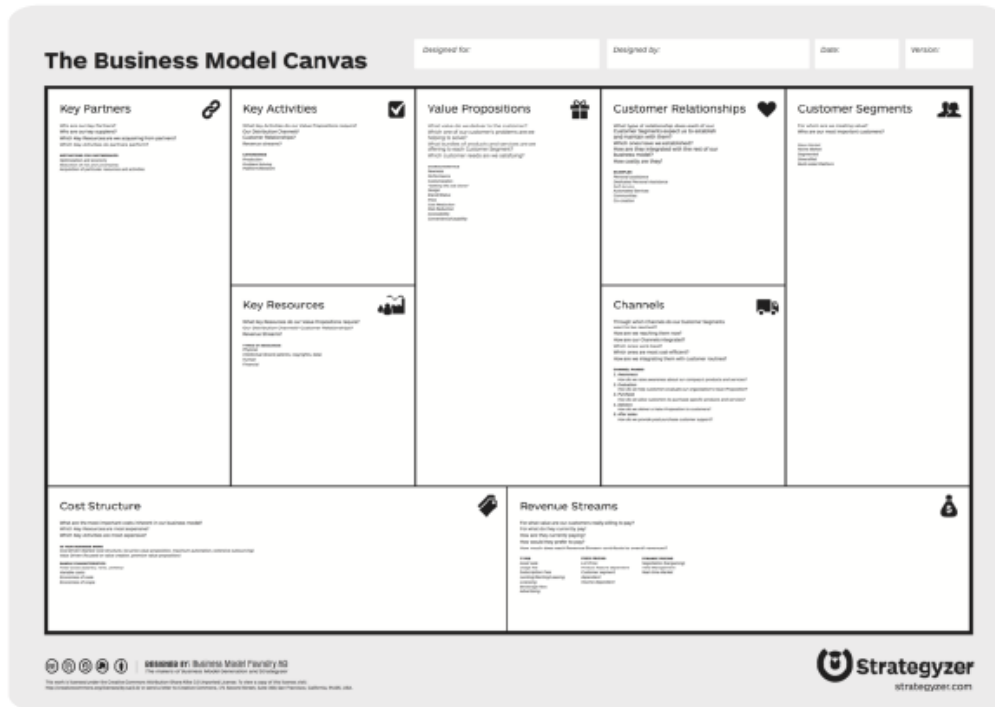
Je kunt pro-actiever je doelen stellen en nastreven binnen je organisatie

Je kunt regie nemen voor je professionele doelen binnen je organisatie



# De rode draad

Je werkt tijdens het programma met het Business Model Canvas, maar ook met door trainers en docenten aangereikte modellen. Je neemt bij dit alles verantwoordelijkheid over je eigen leerproces. Zo stel je je eigen leerdoelen vast. Ook werk je tussen alle modules door aan een bedrijfskundige probleemstelling binnen je organisatie en richt je je gedurende de hele training op een finale eindpresentatie uit je eigen praktijk.





# Het programma in 8 modules

De negen trainingssessies geven je inzicht in de managementprocessen, en hun samenhang in jouw organisatie. Je krijgt modellen, concepten en begrippen aangereikt waarmee je een sterkere gesprekspartner wordt, en effectief regie kunt nemen voor jouw stuk in succesvolle relatie tot de context van jouw organisatie.

- 1<sup>e</sup> Module: Strategie/visie
- 2<sup>e</sup> Module: Financiën/verantwoorden/besturen
- 3<sup>e</sup> Module: Human Resource Management/leiderschap
- 4<sup>e</sup> Module: Operaties/efficiency/performance
- 5<sup>e</sup> Module: Marketing/Commercie/scenarioplanning
- 6<sup>e</sup> Module: Innovatie/technologie/veranderen
- 7<sup>e</sup> Module: Communicatie/Social Media
- 8<sup>e</sup> Module: Presentaties/bedrijfskundige samenhang





# Module Strategie

Strategiebepaling: Wat is dat en hoe krijgt dat vorm en inhoud? Strategie in vogelvlucht (leren uit het verleden). Wat is strategie (definitie noodzaak voor het spreken van de juiste taal)? Het vaststellen van een strategisch doel (strategie in perspectief). Het bepalen van de tijdslijn (plannen zijn mooi, planningen zijn ook nodig). Ontwikkelen van duurzame visie (voorspellen toekomstige situatie). Definiëren van het gehanteerde businessmodel (kaders voor organisatie en omgeving). Kiezen van een oriëntatiepunt en vaststellen ontwikkelrichting. Gebruiken van analyse modellen op macro, meso en micro niveau.





# Module Finance

Concepten, methoden en theorieën. De balans, winst- en verliesrekening en kasstroomoverzicht

Sturen en beheer(s)en: Management en economic performance. Management accounting & control-concepten. Strategiekartaat en balanced scorecard. Investerings. Financiering. Verantwoorden:

In- en extern verantwoording afleggen. Vertaling naar de eigen organisatie Hoe wordt financieel management binnen jouw organisatie vorm gegeven en wat is jouw rol hierbij? Hoe zou jij financieel management binnen jouw organisatie willen omschrijven/beoordelen en wat is de relatie met het businessmodel/toegevoegde waarde model/verdienmodel van de organisatie?





# Module HR

Dominante factoren die de bedrijfsvoering en je personeel beïnvloeden. De koppeling van HRM aan de bedrijfsstrategie.

Innovatie van je Human Resource benadering. Leidinggeven en werken in een nieuwe tijd. Vitalisering & oplossingsgericht leren van je medewerkers binnen je bedrijfsstrategie.

Verbinding en collegiaal vertrouwen als uitgangspunt in de benadering van personeel. Inbreng van specifieke Human Resource vraagstukken van deelnemers in relatie tot de eigen organisatie en/of de eigen praktijk.

Betekenis van HRM in relatie tot leiderschap, strategie, marketing en financiën.





# Module Operations

\*Inleiding op Operationeel Management (concepten, scope van deze dag, stand van zaken in het vakgebied). Richten: koers bepalen en doelen stellen (reflectie op de eigen strategie en verdienmodel). Inrichten: processen, besturing en organisatie (ontwerpcase, doorlichting van de eigen organisatie). Er wordt aandacht gegeven aan BPR, BPM, Lean/6 sigma, kwaliteitsconcepten (INK/EFQM), supply chain management, efficiency. Verrichten: sturen (PDCA cyclus, bruikbare stuurinformatie) en implementeren (succesvolle aanpakken, continue verbeteren en projectmanagement).

Vertaalslag naar de eigen organisatie: Hoe wordt operationeel management binnen jouw organisatie vorm gegeven en wat is jouw rol hierbij? Hoe zou jij het operationeel management binnen jouw organisatie willen omschrijven/beoordelen en hoe zie jij de relatie met het businessmodel/toegevoegde waarde model/verdienmodel van de organisatie?







# Module Marketing

Marketing: Wat is dat en hoe krijgt dat vorm en inhoud?  
Strategische marketing Marketing analyses Cultuur  
Demografische psychoanalytische doelgroep segmentaties.

Merkbeleving Propositie (kernbeloftes) Prijssetting en  
prijsproposities, promoties en de structuur van Behoeftes,  
Belofte, Bewijs & Beloning. Alles over CURA (cross sell, up sell,  
retentie & acquisitie)

Hoe wordt marketing binnen jouw organisatie vormgegeven en  
wat is jouw rol daarbij? Hoe zou jij de marketing van jouw  
organisatie willen omschrijven/beoordelen en hoe zie jij de  
relatie met het businessmodel/toegevoegde waarde  
model/verdienmodel van de organisatie? Definiëren van eigen  
acties en ontwikkelpunten.





## Module Innovatie

Innovatie volgens dDesign Thinking is een iteratief proces dat gebruikt wordt om complexe problemen (ook wel 'wicked problems' genoemd) op te lossen. Daarbij staat de gebruiker en zijn behoeftes centraal; Design Thinking draait om het begrijpen van de mensen voor wie een product of dienst ontwikkeld wordt.

Het klinkt misschien logisch om de behoefte van de klant centraal te stellen, maar dat is het in de praktijk vaak niet. Mensen zijn erg geneigd om in patronen en aannames te denken. Het is ontzettend lastig om die aannames naast ons neer te leggen en vanuit de behoefte van een gebruiker tot innovatieve oplossingen te komen. Design Thinking wordt vaak aangeduid als 'outside the box thinking'. Ontwerpers proberen nieuwe manieren van denken te ontwikkelen en zich los te maken van de dominante of meer gebruikelijke probleemoplossingsmethoden. Design Thinking is zowel een manier van denken en werken, als een verzameling van praktische methodes die je stimuleren nieuwe alternatieven te onderzoeken om zo tot betere oplossingen te komen.





## Communicatie & Social Media

Communiceren is niet altijd eenvoudig en op de juiste manier in- en extern communiceren vraagt om specifieke skills. Goede communicatie begint bij het begrijpen van de technieken die de verstaander bereiken. Het elimineren van 'ruis' en het controleren of de boodschap is aangekomen op de juiste manier. Natuurlijk is 'the tone of voice' een onlosmakelijke component bij het verkrijgen van het gewenste begrip van de gecommuniceerde boodschap. Alle do's en vooral ook de dont's bij interne- en externe communicatie.

En in de wereld waarin we door sociale media 24/7 verbonden zijn is het van belang om het overzicht te bewaren en te weten wat wel en niet te doen met de gigantische hoeveelheid van social media kanalen en alle risico's die die constante connectivity met zich meebrengt. Social Media kan heel goed voor je werken, maar evengoed ook heel erg tegen. Op zoek naar de perfecte balans.





# Executive Coaching

individueel

Voorwaarde voor succesvolle, persoonlijke coaching is intrinsieke motivatie bij het individu. Een coachee moet zelf willen.

De insteek van coaching is altijd werk gerelateerd en er bovendien op gericht de ander bij zijn persoonlijke, professionele ontwikkeling te helpen. Zelfs als er in de (werk)omgeving veel uitdagingen zijn. Ik breng structuur aan, inspireer tot nieuwe ideeën en verken samen met deelnemers praktische oplossingen die tot resultaat leiden.

Ik coach vanuit eigen verbazing en nieuwsgierigheid. Luister en stel veel vragen, waardoor iemand zelf op ideeën of nieuwe mogelijkheden komt. Alleen dan kan een nieuw inzicht tot nieuw gedrag leiden. Ik heb mijn doel bereikt als ik zie dat iemand geraakt wordt en daadwerkelijk met een inzicht in de praktijk aan de slag gaat.





# Het docenten team



Reinier Heijenberg  
Lead trainer



Lambert Koster  
Innovatie



Hans Schotel  
Operations



Rex Bierlaagh  
High Tech Institute



Gert van de Burg  
Finance



Wouter Limmen  
HR



Jurgen Reese  
Executive coach





## Werkwijze

Persoonlijke intake van individuele deelnemer on-line of telefonisch

Vaststellen leerdoelen en studie ambities, individuele terugkoppeling

Deelnemer stelt bedrijfskundig probleem op en deelt deze met lead trainer

Briefing individuele leerdoelen en bedrijfskundige probleemstellingen naar andere docenten en trainers

Start modules 1,2,3

Start modules 4,5,6,7

Executive business coaching, individueel (1,5 uur)

Eindpresentaties op basis van bedrijfskundige probleemstelling





# Planning 2024

3/4/5	September	persoonlijke intakes
17	September	strategie
24	September	HR
1	Oktober	Finance
5	November	Marketing
12	November	Operations
19	November	Innovatie
26	November	Communicatie & Social Media
28/29	November	Executive Personal coaching
10	December	Eindopdrachten

