



Management & Leadership

Advance techniques in Strategic
Thinking and Planning

Code: 251005



FUTURE CENTRE
مركز المستقبل



futurecentre.net



Course Introduction

In a business environment characterized by rapid change, disruption, and intense competition, basic strategic planning is no longer sufficient. Organizations need leaders who can think strategically, not just plan strategically. This advanced course moves beyond traditional SWOT analyses and annual planning cycles to explore the sophisticated frameworks and mindsets used by top strategists and consulting firms.

This program is designed to elevate your strategic capabilities. Participants will learn to challenge deeply held assumptions, analyze complex systems, anticipate multiple futures, and design robust, adaptive strategies that create sustainable competitive advantage. Through a blend of theory, case studies, and practical application, you will gain the tools to navigate ambiguity and drive your organization toward a successful future.

Training Method

- Pre-assessment
 - Live group instruction
 - Use of real-world examples, case studies and exercises
 - Interactive participation and discussion
 - Power point presentation, LCD and flip chart
 - Group activities and tests
 - Each participant receives a binder containing a copy of the presentation
 - slides and handouts
 - Post-assessment
- 

Course Objectives

Upon completion of this course, participants will be able to:

- Differentiate Strategic Thinking from Planning: Understand the cognitive and procedural differences and the value of each.
- Challenge Mental Models & Biases: Identify and overcome cognitive biases and organizational paradigms that limit strategic perspective.
- Apply Advanced Analytical Frameworks: Utilize powerful tools from top-tier consultancies and military strategists to analyze industries, competitors, and internal capabilities.
- Anticipate Uncertainty & Disruption: Employ scenario planning and systems thinking to prepare for multiple potential futures and identify emerging threats and opportunities.
- Formulate Innovative Strategy: Synthesize analysis into coherent, innovative, and actionable strategic options for competitive advantage.
- Translate Strategy into Action: Bridge the gap from formulation to execution by designing strategic initiatives, aligning resources, and establishing adaptive feedback loops.

Who Should Attend?

This course is designed for experienced leaders and professionals who are responsible for shaping the direction and future of their organizations.

- Senior Executives & C-Suite Leaders: (CEO, COO, CFO, CSO) responsible for setting overall organizational direction.
- Vice Presidents, Directors, and Senior Managers: leading business units, departments, or key functions (e.g., Strategy, Business Development, Marketing, Operations).
- Strategic Planners & Corporate Development Officers: tasked with facilitating the strategic planning process.
- Entrepreneurs & Founders: of scaling businesses who need to formalize and advance their strategic approach.
- High-Potential Managers: being groomed for senior leadership roles that require a strategic mindset.
- Consultants & Advisors: who want to enhance their strategic toolkit and advisory capabilities.

Course Outline

Day 1: The Foundation – From Planning to Strategic Thinking

Morning:

- Module 1: The Strategic Imperative: Introduction to the course and the critical need for advanced strategic thinking in the modern era.
- Module 2: Thinking vs. Planning: Distinguishing between the mindset of a strategic thinker and the process of a strategic planner.

Afternoon:

- Module 3: The Strategist's Mindset: Overcoming cognitive biases (e.g., confirmation bias, anchoring) and challenging entrenched mental models.
- Workshop: Reframing the Problem: Practical exercises to break away from conventional thinking and identify the real strategic issue.
- Day 1 Recap: Key insights and reflections

Day 2: Advanced Environmental & Competitive Analysis

Morning:

- Module 4: Beyond SWOT: Advanced frameworks for external analysis:
 - PESTEL Analysis: Deep-dive into macro-environmental factors.
 - Industry Attractiveness: Applying Porter's Five Forces dynamically.

Afternoon:

- Module 5: Analyzing Competitors & Capabilities:
 - Competitor Profiling: Moving beyond features to understand goals, assumptions, and capabilities.
 - Internal Analysis: Using the VRIO Framework to identify sustainable competitive advantages.
- Case Study: Deconstructing an Industry: Teams analyze a real industry using the frameworks taught.
- Day 2 Recap: Synthesizing the strategic landscape.

Day 3: Designing Strategy for Uncertainty & Advantage

Morning:

- Module 6: Scenario Planning: A practical guide to creating and using multiple, plausible future scenarios to stress-test strategies.
- Module 7: Systems Thinking: Understanding complex interrelationships and feedback loops within an organization and its market.

Afternoon:

- Module 8: Value Innovation & Blue Ocean Strategy: Techniques for creating new market space and making competition irrelevant.
- Workshop: Strategy Canvas: Teams apply the Blue Ocean toolkit to a current market to discover new strategic paths.
- Day 3 Recap: From analysis to innovative options.

Course Outline

Day 4: Business Model Innovation & Strategic Choice

Morning:

- **Module 9: Business Model Dynamics:** Introduction to the Business Model Canvas as a tool for visualizing and innovating how you create, deliver, and capture value.
- **Module 10: Disruptive Innovation:** Understanding how disruptions occur and how to respond, both as an incumbent and a disruptor.

Afternoon:

- **Module 11: Strategic Trade-offs & Choice:** Using frameworks like the Strategy Palette or Horizons Model to choose the right strategy for the right context.
- **Simulation: The Strategic Decision:** Teams are presented with a complex business case and must choose and defend a strategic direction.
- **Day 4 Recap: Making deliberate strategic choices.**

Day 5: From Formulation to Execution & Adaptive Learning

Morning:

- **Module 12: Translating Strategy into Action:** Linking strategy to objectives (OKRs), initiatives, budgets, and culture. The role of the Balanced Scorecard.
- **Module 13: Leading Strategic Change:** Communicating strategy effectively and managing the human and organizational barriers to execution.

Afternoon:

- **Module 14: Adaptive Management:** Building feedback loops, leading strategic reviews, and knowing when to pivot or persevere.
- **Capstone Activity: My Strategic Initiative:** Participants develop a concrete strategic action plan for a real challenge or opportunity within their own organization.
- **Course Review, Final Q&A, and Awarding of Certificates.**



المقدمة

في بيئة أعمال تتسم بالتغير السريع والاضطراب والمنافسة الشديدة، لم يعد التخطيط الاستراتيجي الأساسي كافيًا. تحتاج المؤسسات إلى قادة قادرين على التفكير الاستراتيجي، وليس مجرد التخطيط الاستراتيجي. تتجاوز هذه الدورة المتقدمة تحليلات SWOT التقليدية ودورات التخطيط السنوية لاستكشاف الأطر والعقليات المتطورة التي يستخدمها كبار الاستراتيجيين وشركات الاستشارات.

صُمم هذا البرنامج لتعزيز قدراتكم الاستراتيجية. سيتعلم المشاركون تحدي الافتراضات الراسخة، وتحليل الأنظمة المعقدة، وتوقع مستقبلات متعددة، وتصميم استراتيجيات قوية ومتكيفة تُنشئ ميزة تنافسية مستدامة. من خلال مزيج من النظريات ودراسات الحالة والتطبيق العملي، ستكتسبون الأدوات اللازمة لتجاوز الغموض ودفع مؤسساتكم نحو مستقبل ناجح.

طريقة التدريب

- التقييم المسبق
 - تدريب جماعي مباشر
 - استخدام أمثلة واقعية ودراسات حالة وتمارين
 - مشاركة ونقاش تفاعلي
 - عرض تقديمي باستخدام باور بوينت، وشاشة LCD، ولوح ورقي
 - أنشطة واختبارات جماعية
 - يحصل كل مشارك على ملف يحتوي على نسخة من العرض التقديمي
 - شرائح ومطبوعات
 - التقييم اللاحق
- 

أهداف الدورة

- عند الانتهاء من هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:
- التمييز بين التفكير الاستراتيجي والتخطيط: فهم الاختلافات المعرفية والإجرائية وقيمة كل منهما.
 - تحدي النماذج العقلية والتحيزات: تحديد التحيزات المعرفية والأنماط التنظيمية التي تحد من المنظور الاستراتيجي والتغلب عليها.
 - تطبيق الأطر التحليلية المتقدمة: استخدم أدوات قوية من شركات الاستشارات رفيعة المستوى والاستراتيجيين العسكريين لتحليل الصناعات والمنافسين والقدرات الداخلية.
 - توقع عدم اليقين والاضطراب: استخدم تخطيط السيناريوهات والتفكير في النظم للتحضير لمستقبل محتمل متعدد وتحديد التهديدات والفرص الناشئة.
 - صياغة استراتيجية مبتكرة: تجميع التحليلات في خيارات استراتيجية متماسكة ومبتكرة وقابلة للتنفيذ لتحقيق الميزة التنافسية.
 - ترجمة الاستراتيجية إلى عمل: سد الفجوة بين الصياغة والتنفيذ من خلال تصميم المبادرات الاستراتيجية، ومواءمة الموارد، وإنشاء حلقات ردود الفعل التكيفية.

من ينبغي أن يهتم؟

- تم تصميم هذه الدورة للقادة والمحترفين ذوي الخبرة المسؤولين عن تشكيل اتجاه ومستقبل منظماتهم.
- كبار المديرين التنفيذيين وقادة C-Suite: (الرئيس التنفيذي، والمدير التنفيذي للعمليات، والمدير المالي، والمدير الاستراتيجي) مسؤولون عن تحديد الاتجاه العام للمنظمة.
 - نواب الرئيس والمديرون وكبار المديرين: يقودون وحدات الأعمال أو الأقسام أو الوظائف الرئيسية (على سبيل المثال، الاستراتيجية، وتطوير الأعمال، والتسويق، والعمليات).
 - المخططون الاستراتيجيون ومسؤولو التطوير المؤسسي: مهمتهم تسهيل عملية التخطيط الاستراتيجي.
 - رواد الأعمال والمؤسسون: أصحاب الشركات الناشئة الذين يحتاجون إلى إضفاء الطابع الرسمي على نهجهم الاستراتيجي وتطويره.
 - المديرون ذوو الإمكانيات العالية: يتم إعدادهم لأدوار القيادة العليا التي تتطلب عقلية استراتيجية.
 - المستشارون والمستشارون: الذين يرغبون في تعزيز أدواتهم الاستراتيجية وقدراتهم الاستشارية.

محتويات الكورس

اليوم الأول الأساس - من التخطيط إلى التفكير الاستراتيجي

صباح:

- الوحدة 1: الضرورة الاستراتيجية: مقدمة للمقرر والحاجة الماسة للتفكير الاستراتيجي المتقدم في العصر الحديث.
- الوحدة 2: التفكير مقابل التخطيط: التمييز بين عقلية المفكر الاستراتيجي وعملية التخطيط الاستراتيجي.

بعد الظهر:

- الوحدة 3: عقلية الاستراتيجي: التغلب على التحيزات المعرفية (على سبيل المثال، التحيز التأكيدي، والترسيخ) وتحدي النماذج العقلية الراسخة.
- ورشة عمل: إعادة صياغة المشكلة: تمارين عملية للابتعاد عن التفكير التقليدي وتحديد القضية الاستراتيجية الحقيقية .
- ملخص اليوم الأول: الأفكار والتأملات الرئيسية.

اليوم الثاني التحليل البيئي والتنافسي المتقدم

صباح:

- الوحدة 4: ما وراء تحليل SWOT: أطر متقدمة للتحليل الخارجي:
 - تحليل PESTEL: البحث العميق في العوامل البيئية الكلية.
 - جاذبية الصناعة: تطبيق قوى بورتر الخمس بشكل ديناميكي.

بعد الظهر:

- الوحدة 5: تحليل المنافسين والقدرات:
 - تحديد ملف المنافسين: تجاوز الميزات لفهم الأهداف والافتراضات والقدرات.
 - التحليل الداخلي: استخدام إطار عمل VRIO لتحديد المزايا التنافسية المستدامة.
- دراسة الحالة: تفكيك صناعة: تقوم الفرق بتحليل صناعة حقيقية باستخدام الأطر التي تم تدريسها.
- ملخص اليوم الثاني: تلخيص المشهد الاستراتيجي.

اليوم الثالث تصميم استراتيجية للتعامل مع عدم اليقين والميزة

صباح:

- الوحدة 6: تخطيط السيناريوهات: دليل عملي لإنشاء واستخدام سيناريوهات مستقبلية متعددة ومعقولة لاختبار الاستراتيجيات.
- الوحدة 7: التفكير في النظم: فهم العلاقات المتبادلة المعقدة وحلقات التغذية الراجعة داخل المنظمة وسوقها.

بعد الظهر:

- الوحدة 8: ابتكار القيمة واستراتيجية المحيط الأزرق: تقنيات إنشاء مساحة سوقية جديدة وجعل المنافسة غير ذات صلة.
- ورشة عمل: لوحة الاستراتيجية: تطبق الفرق مجموعة أدوات المحيط الأزرق على السوق الحالية لاكتشاف مسارات استراتيجية جديدة.
- ملخص اليوم الثالث: من التحليل إلى الخيارات المبتكرة.

محتويات الكورس

اليوم الرابع ابتكار نموذج الأعمال والاختيار الاستراتيجي

صباح:

- الوحدة 9: ديناميكيات نموذج الأعمال: مقدمة إلى نموذج الأعمال كأداة لتصوير وابتكار كيفية إنشاء القيمة وتقديمها والتقاطها.
- الوحدة 10: الابتكار التخريبي: فهم كيفية حدوث الاضطرابات وكيفية الاستجابة لها، سواء باعتبارك صاحب عمل أو مسبب للاضطرابات.

بعد الظهر:

- الوحدة 11: المقايضات الاستراتيجية والاختيار: استخدام أطر عمل مثل لوحة الاستراتيجية أو نموذج الأفق لاختيار الاستراتيجية المناسبة للسياق المناسب.
- المحاكاة: القرار الاستراتيجي: يتم تقديم حالة عمل معقدة للفرق ويجب عليها اختيار الاتجاه الاستراتيجي والدفاع عنه.
- ملخص اليوم الرابع: اتخاذ خيارات استراتيجية متعمدة.

اليوم الخامس من الصياغة إلى التنفيذ والتعلم التكيفي

صباح:

- الوحدة 12: ترجمة الاستراتيجية إلى أفعال: ربط الاستراتيجية بالأهداف (النتائج الرئيسية والرئيسية)، والمبادرات، والميزانيات، والثقافة. دور بطاقة الأداء المتوازن.
- الوحدة 13: قيادة التغيير الاستراتيجي: توصيل الاستراتيجية بشكل فعال وإدارة الحواجز البشرية والتنظيمية التي تعيق التنفيذ.

بعد الظهر:

- الوحدة 14: الإدارة التكيفية: بناء حلقات التغذية الراجعة، وقيادة المراجعات الاستراتيجية، ومعرفة متى يجب التغيير أو المثابرة.
- النشاط الختامي: مبادرتي الاستراتيجية: يقوم المشاركون بتطوير خطة عمل استراتيجية ملموسة لمواجهة تحدٍ أو فرصة حقيقية داخل مؤسستهم.
- مراجعة الدورة، والأسئلة والأجوبة النهائية، ومنح الشهادات.

Terms & Conditions

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Cancellation and Refund Policy

Delegates have 14 days from the date of booking to cancel and receive a full refund or transfer to another date free of charge. If less than 14 days' notice is given, then we will be unable to refund or cancel the booking unless on medical grounds. For more details about the Cancellation and Refund policy, please visit

<https://futurecentre.net/>

Registration & Payment

Please complete the registration form on the course page & return it to us indicating your preferred mode of payment. For further information, please get in touch with us

Course Materials

The course material, prepared by the future centre, will be digital and delivered to candidates by email

Certificates

Accredited Certificate of Completion will be issued to those who attend & successfully complete the programme.

Travel and Transport

We are committed to picking up and dropping off the participants from the airport to the hotel and back.

Registration & Payment

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Registration Form

- Full Name (Mr / Ms / Dr / Eng)
- Position
- Telephone / Mobile
- Personal E-Mail
- Official E-Mail
- Company Name
- Address
- City / Country

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Payment Options

- ☐ Please invoice me
- ☐ Please invoice my company

Course Calander:



02/02/2026 - 06/02/2026

[Click Now](#)



08/06/2026 - 12/06/2026

[Click Now](#)



12/10/2026 - 16/10/2026

[Click Now](#)

VENUES

 LONDON

 BARCELONA

 KUALA LUMPER

 AMSTERDAM

 DAMASCUS

 ISTANBUL

 SINGAPORE

 PARIS

 DUBAI

OUR PARTNERS



THANK YOU

CONTACT US

 +963 112226969

 +963 953865520

 Info@futurecentre.com

 Damascus - Victoria - behind Royal Semiramis hotel



FUTURE CENTRE
مركز المستقبل



futurecentre.net