



SWOT МОЙ, ЗЕРКАЛЬЦЕ, СКАЖИ,
ДА ВСЮ ПРАВДУ ДОЛОЖИ



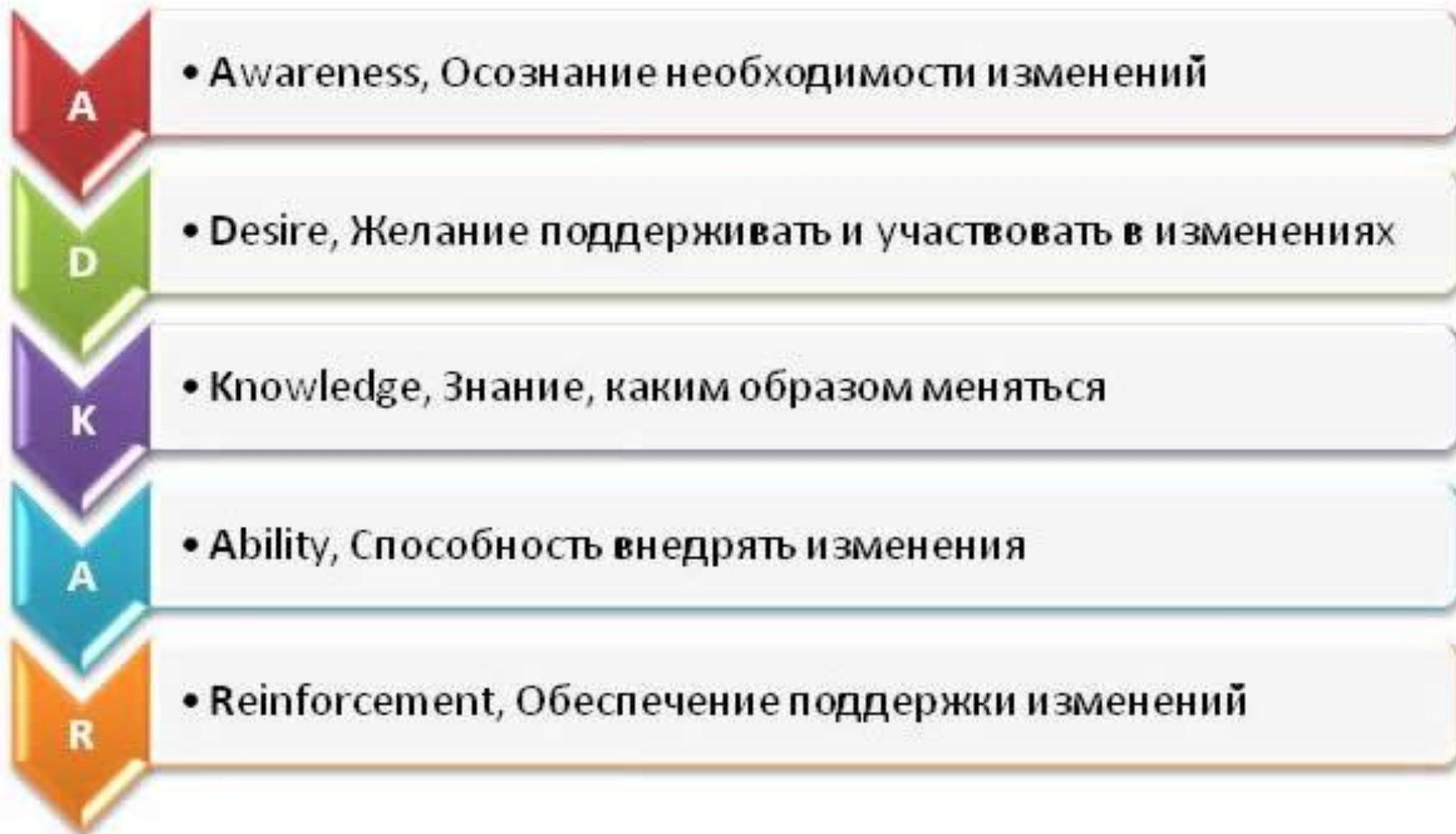
ADKAR ИЗМЕНИМ ЖИЗНЬ К
ЛУЧШЕМУ

Бугайчук К.Л. для UkrE11 1

ADKAR ЭТО МОДЕЛЬ ИЗМЕНЕНИЙ



Вот так это выглядит



Awareness – Осведомленность и понимание



- Что именно должно измениться?
- Зачем, для чего и для кого это нужно?
- А если ничего не менять, будет ли хуже?
- Зачем все это лично мне?

Desire – Желание и ГОТОВНОСТЬ



Каждый должен
желать изменений и
лично в них
участвовать.

Knowledge – Знание:

И куда
здесь
нажать ?



Каким образом
надо меняться?

Ability – Способность



Способность
реализовать
намеченную
технологию
изменений день за
днем

Reinforcement – Подкрепление:



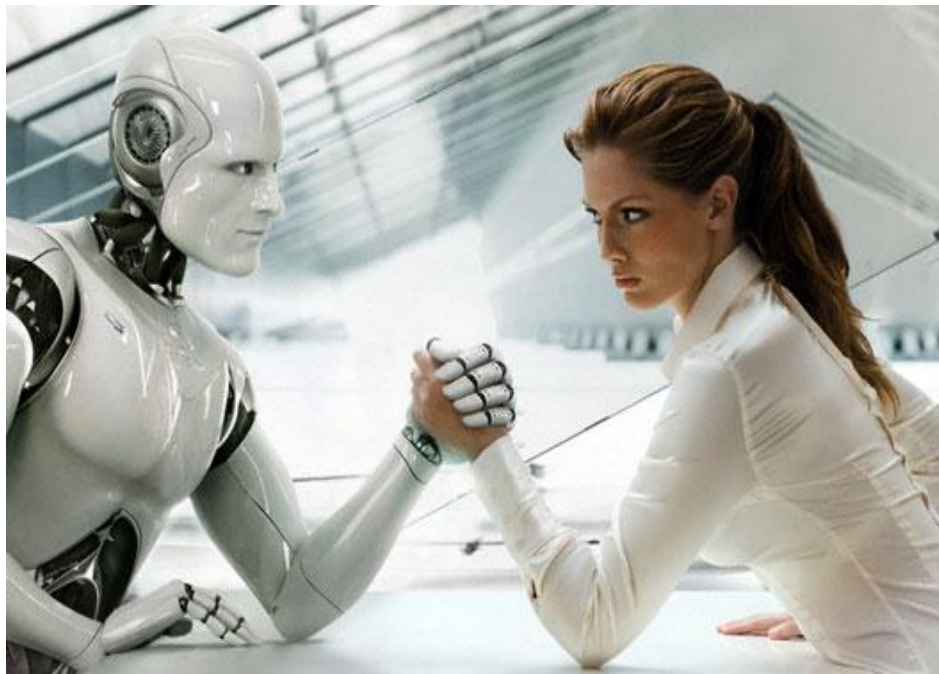
Изменения должны быть востребованы в ВУЗе, а не брошены на самотек.

Как это работает?

Если хотя бы один из факторов равен нулю – все произведение равно нулю.

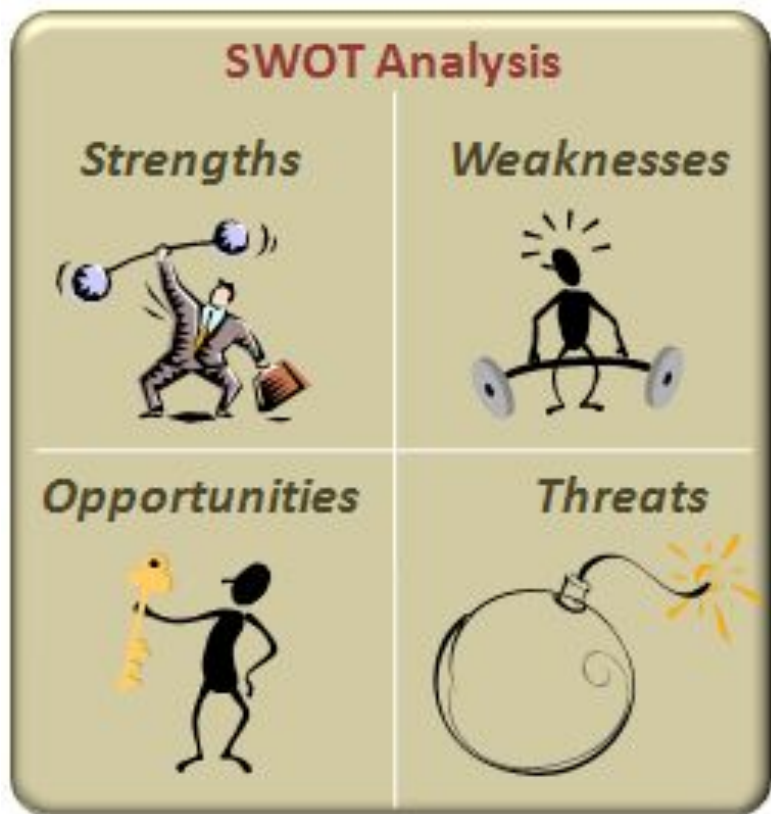
$$\text{Результат} = A * D * K * A * R$$

Вывод!!!



Внедрение ДО в ВУЗе начинается с изменения людей и их отношения, а не с покупки технологий

Давайте расшифруем SWOT



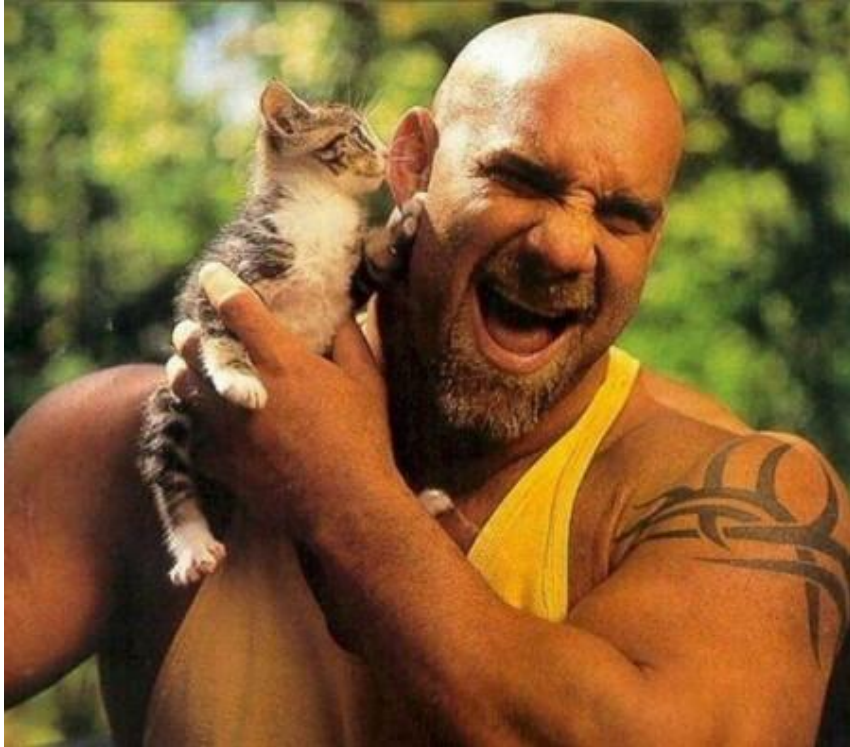
- сильные стороны.
- слабые стороны.
- ВОЗМОЖНОСТИ.
- угрозы.



В чем сила БРАТ ???

- Квалификация персонала.
- Финансы.
- Репутация.
- Нестандартный подход.

Слабости бывают и у сильных



- Цели.
- Техника.
- Квалификация.
- Финансы.

Возможно все!!!!



- Выход на новые рынки.
- Расширение услуг
- Повышение квалификации персонала.

Угроза?



Конкуренты.
Демография.
Изменение
потребностей.



Критика SWOT

1. Все не учтем.
2. Он придает решениям псевдонаучность.
3. Это поверхностная инвентаризация

- <http://otdel-marketinga.ru/glavnyiy-instrument-marketologa-swo-t-analiz-kak-on-est/>
- <http://www.repiev.ru/articles/SWOT-Stupidity.htm>

Спасибо!!!

Бугайчук Костянтин Леонідович

- klbugaychuk@gmail.com
- Skype: buga1978;
- моб. 067-574-30-42, 050-573-37-00
- БЛОГ: <http://bugaychuk.blogspot.com>