

Spis treści

Wstęp	9
-------------	---

CZĘŚĆ I

INŻYNIERIA KONSTRUKCJI STRATEGII

(Lechosław Berliński)	13
-----------------------------	----

Rozdział 1.

Menedżerska koncepcja strategii 15

1. Istota strategii	15
2. Determinanty zarządzania strategią przedsiębiorstwa	20
3. Jakość i innowacyjność – strategiczny paradygmat relacji	24
4. Atrybuty strategii	31
5. Klasyfikacja i rodzaje strategii	36
6. Bezpieczeństwo i ryzyko strategii	40
7. Paradygmat projektowania strategii	51

Rozdział 2.

Modelowanie systemów strategicznych 57

1. Ogólna koncepcja modelowania systemów strategicznych przedsiębiorstwa (MSSP)	57
2. Społeczno-humanistyczne aspekty modelowania strategii (MSSP-S)	70
3. Modelowanie strategii marketingowych (MSSP-M)	79
4. Modelowanie strategii technologicznych (MSSP-T)	86
5. Modelowanie strategii finansowych (MSSP-F)	91
6. Problemy modelowania aliansów strategicznych (MAS)	96
7. Modele systemów informacyjnych strategii (MSIS)	99
8. Ocena bezpieczeństwa i weryfikacja modeli strategicznych	109
9. Ocena ekonomiczna modelu strategii	113
10. Konieczne zasady modelowania dobrej strategii	116

Rozdział 3.

Empiryczny przykład modelu strategii	119
1. Kluczowe czynniki sukcesu i domena strategiczna przedsiębiorstwa	119
2. Pozycja strategiczna i ogólna koncepcja strategii	120
3. Model strategii rynkowo-technologicznej	121
4. Ocena bezpieczeństwa i weryfikacja modelu	124
5. Weryfikacja ekonomiczna strategii	127

Rozdział 4.

Inżynierskie aspekty zarządzania projektowaniem strategii	128
1. Koncepcje i istota zarządzania strategicznego	128
2. Aspekty decyzyjne strategii	140
3. Inżynieria zarządzania strategią	146
4. Strategiczne zarządzanie zmianami – implikacje dla inżynierii	150
5. Strategiczne zarządzanie wiedzą, w tym szczególnie chronioną – korzyści dla inżynierii	156
6. Projektowanie konstrukcji i budowy strategii – paradygmat relacji inżynierskiej	161

CZĘŚĆ II

INŻYNIERIA TECHNOLOGII STRATEGII

<i>(Ilona Penc-Pietrzak)</i>	165
------------------------------------	------------

Rozdział 1.

Procedura budowy strategii	167
1. Pojęcie i funkcje analizy strategicznej	167
2. Procedura przeprowadzania analizy strategicznej	170
3. Adaptacja procedury do warunków zewnętrznych i wewnętrznych firmy	174

Rozdział 2.

Podstawowe metody analizy otoczenia dalszego i bliższego	175
1. Analiza PEST (STEP), SLEPT, PESTER i PRESTCOM oraz analiza trendów	175
2. Metody scenariuszowe	180
3. Analiza interesariuszy (<i>stakeholders</i>)	202
4. Analiza gron (<i>clusters</i>)	205
5. Punktowa ocena atrakcyjności sektora	210
6. Metoda pięciu sił	211
7. Mapa grup strategicznych	216
8. <i>Benchmarking</i>	219
9. Analiza ETOP	229

Rozdział 3.	
Podstawowe metody analizy potencjału przedsiębiorstwa ...	231
1. Analiza zasobów	231
2. Bilans strategiczny przedsiębiorstwa	234
3. Analiza łańcucha wartości	237
4. Analiza cyklu życia produktu	245
5. Metody portfolio	249
6. Analiza strategicznych zdolności	272
Rozdział 4.	
Analiza SWOT/TOWS	276
1. Prosta analiza SWOT	276
2. Strategiczna analiza SWOT	279
3. Punktowa analiza SWOT i prawdopodobieństwo sukcesu strategicznego ...	281
4. Punktowa ważona analiza SWOT	286
5. Analiza SWOT/TOWS	289
Rozdział 5.	
Formułowanie zaleceń strategicznych	303
1. Zakresy i kierunki działań strategicznych	303
2. Strategia a misja i wizja firmy	306
3. Kryteria wyboru strategii	308
PODSUMOWANIE	313
BIBLIOGRAFIA	317
SPIS TABEL	331
SPIS RYSUNKÓW	334