

# Spis treści

|             |   |
|-------------|---|
| Wstęp ..... | 7 |
|-------------|---|

## Rozdział I

### ISTOTA MISJI I STRATEGII ORGANIZACJI

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 1. Misja .....                                        | 11 |
| 2. Strategia .....                                    | 18 |
| 3. Cele strategiczne .....                            | 21 |
| 4. Paradygmaty i szkoły myślenia strategicznego ..... | 25 |

## Rozdział II

### ANALIZA MAKROOTOCZENIA

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Zdefiniowanie makrootoczenia organizacji .....                                    | 38 |
| 2. Składniki makrootoczenia .....                                                    | 42 |
| 3. Globalizacja i regionalizacja .....                                               | 52 |
| 4. Analiza scenariuszowa .....                                                       | 62 |
| 5. Analiza makrootoczenia i scenariusze<br>rozwoju Philips Lighting Poland S.A. .... | 65 |

## Rozdział III

### OTOCZENIE KONKURENCYJNE

|                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Model konkurencji M.E. Portera .....                         | 80  |
| 2. Grupy strategiczne .....                                     | 110 |
| 3. Alianse strategiczne i fuzje przedsiębiorstw .....           | 119 |
| 4. Analiza otoczenia sektorowego przemysłu mięsnego w Polsce .. | 136 |

## Rozdział IV

ANALIZA POTENCJAŁU STRATEGICZNEGO  
ORGANIZACJI

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| 1. Wewnętrzne możliwości sukcesu organizacji ..... | 145 |
| 2. Bilans strategiczny organizacji .....           | 152 |
| 3. Kluczowe czynniki sukcesu .....                 | 159 |
| 4. Łańcuch wartości .....                          | 165 |
| 5. Cykl życia .....                                | 180 |

## Rozdział V

## POZYCJA STRATEGICZNA ORGANIZACJI

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 1. Metody portfelowe ..... | 196 |
| 2. Analiza SWOT .....      | 215 |
| 3. Benchmarking .....      | 224 |

## Rozdział VI

## STRATEGIE ORGANIZACJI

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| 1. Rodzaje strategii organizacji .....                | 235 |
| 2. Model H.I. Ansoffa - strategia produkt/rynek ..... | 240 |
| 3. Krzywa „U” M.E. Portera .....                      | 253 |
| 4. Strategie kryzysowe w warunkach globalizacji ..... | 264 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| Bibliografia .....  | 289 |
| Spis tablic .....   | 295 |
| Spis rysunków ..... | 296 |