

SPIS TREŚCI:

WSTĘP	5
Rozdział 1.	
ISTOTA ANALIZY STRATEGICZNEJ	7
1.1. Miejsce analizy w procesie zarządzania strategicznego	8
1.2. Struktura strategicznego problemu decyzyjnego	13
1.3. Charakter otoczenia organizacji	18
1.3.1. Ogólne podejście do otoczenia organizacji	18
1.3.2. Podejście jednopoziomowe do otoczenia organizacji	19
1.3.3. Podejście dwupoziomowe do otoczenia organizacji	20
1.3.4. Podejście do otoczenia według M. E. Portera	22
1.4. Odbiorcy i zakres analizy strategicznej	23
1.4.1. Odbiorcy analizy strategicznej	23
1.4.2. Zakres analizy strategicznej	24
Rozdział 2.	
ANALIZA MAKROOTOCZENIA	27
2.1. Procedura scenariuszowa	28
2.1.1. Metoda PEST (ang. political, economic social, technological)	28
2.1.2. Metody scenariuszowe	29
2.2. Procedura bezscenariuszowa	40
2.2.1. Prognozowanie	40
2.2.2. Analiza luki strategicznej	42
2.3. Profil szans i zagrożeń jako podsumowanie analizy otoczenia dalszego	44
Rozdział 3.	
ANALIZA MIKROOTOCZENIA	45
3.1. Badanie pięciu sił w sektorze	48
3.2. Mapa grup strategicznych	50
3.3. Krzywa doświadczenia	53
3.4. Punktowa ocena atrakcyjności sektora	54
Rozdział 4.	
ANALIZA POTENCJAŁU STRATEGICZNEGO ORGANIZACJI	57
4.1. Organizacja jako system	58
4.1.1. Ogólne modele organizacji	59
4.1.2. Podejście systemowe do oceny potencjału organizacji	64
4.1.3. Wycena kondycji ekonomicznej organizacji	67
4.2. Bilans strategiczny organizacji	70
4.3. Analiza kluczowych czynników sukcesu	71
4.4. Analiza łańcucha wartości (M. E. Portera)	73
4.5. Cykl życia produktu	74
Rozdział 5.	
ANALIZA PORTFELOWA ORGANIZACJI	75
5.1. Ogólne cechy metod portfelowych	76
5.2. Macierz Boston Consulting Group (BCG)	77
5.3. Zmodernizowana macierz BCG. Model portfela Berksdale'a i Harrisa	79
5.4. Druga macierz BCG	80
5.5. Model P. F. Druckera	81

5.6.	Macierz produkt/rynek według B.M. Enis	82
5.7.	Macierz McKinsey'a	83
5.8.	Macierz A.D. Little'a (ADL)	86
5.9.	Macierz C. W. Hofera	89
5.10.	Model polityki kierunkowej firmy Shell	90
5.11.	Model Campbella i Cumighama	91
5.12.	Macierz portfela technologicznego	93
5.13.	Podsumowanie metod portfelowych	94
Rozdział 6.		
ANALIZA PODSUMOWUJĄCA		95
6.1.	Analiza SPACE (ang. Strategic Position and Action Evaluation)	96
6.2.	Analiza SWOT (ang. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)	98
Rozdział 7.		
METODY WSPIERAJĄCE ANALIZĘ STRATEGICZNĄ		111
7.1.	Metoda ocen ekspertów	112
7.2.	Metoda delficka	112
7.3.	Metoda „burzy mózgów”	114
7.4.	Badanie dokumentów	114
7.5.	Pozyskiwanie informacji na potrzeby analizy strategicznej	115
BIBLIOGRAFIA		117
WYKAZ RYSUNKÓW I TABEL		119