

Spis treści

Wstęp	7
I. Przedmiot zarządzania strategicznego	9
1.1. Przedsiębiorstwo w strukturze społeczno-gospodarczej	9
1.2. Otoczenie i przedsiębiorstwo	17
1.3. Sytuacja strategiczna	22
1.4. Pozycja strategiczna	28
2. Podstawy zarządzania strategicznego	37
2.1. Wprowadzenie do zagadnienia	37
2.2. Kontrowersje wokół interpretacji zarządzania strategicznego	39
2.3. Swoistość zarządzania strategicznego	44
2.4. Istota zarządzania strategicznego	55
3. Diagnoza strategiczna przedsiębiorstwa	60
3.1. Aspekty metodyczne diagnozy strategicznej przedsiębiorstwa	60
3.2. Makrodeterminanty działalności przedsiębiorstwa	103
3.3. Konkurenci	114
3.4. Potencjał strategiczny przedsiębiorstwa	149
3.5. Zdolność do konkurowania	215

4. Formułowanie strategii	234
4.1. Istota projekcji strategicznej	234
4.2. Cele strategiczne przedsiębiorstwa	236
4.3. Formułowanie reakcji ze względu na zajmowaną pozycję strategiczną (wielkie strategie rozwoju)	249
4.4. Formułowanie strategicznego kierunku rozwoju przedsiębiorstwa	252
4.5. Formułowanie strategii konkurowania	256
4.6. Formułowanie strategii funkcjonalnych	261
4.7. Inkrementalny proces strategiczny	263
5. Implementacja strategii	268
5.1. Istota i zadania implementacji	268
5.2. Operacjonalizacja celów i alokacja zasobów	273
5.3. Organizacja	278
5.4. Budżety	284
5.5. System zarządzania wspierający implementację	291
5.6. Kultura organizacji a implementacja strategii	295
5.7. System motywacji	298
5.8. Strategiczne przywództwo	301
5.9. Ciągłość zarządzania strategicznego	303
6. Kontrola strategiczna	304
6.1. Istota i funkcje kontroli strategicznej	304
6.2. Źródła i sposoby pozyskiwania informacji na potrzeby kontroli strate- gicznej	310
6.3. Metody i techniki kontroli strategicznej	314
6.4. System informacyjny na potrzeby zarządzania strategicznego	330
Literatura	337
Skorowidz	341