

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
Rozdział I	
ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE	9
1.1. Pojęcie oraz istota zarządzania strategicznego	9
1.2. Geneza zarządzania strategicznego	17
1.3. Szkoły i nurty zarządzania strategicznego	21
1.4. Zasady zarządzania strategicznego	29
Rozdział II	
PROCES PLANOWANIA STRATEGICZNEGO	35
2.1. Istota planowania w przedsiębiorstwie	35
2.2. Wymiary procesu planowania	39
2.3. Etapy procesu planowania	41
2.4. Rozwój firmy a planowanie	42
2.5. Internacjonalizacja planowania strategicznego	47
2.6. Przyczyny niepowodzeń w planowaniu	54
Rozdział III	
ISTOTA I ZAKRES STRATEGII FIRMY	58
3.1. Pojęcie strategii firmy	58
3.2. Cele firmy	64
3.3. Wizja firmy	68
3.4. Misja firmy	69
Rozdział IV	
KRYTERIA PODZIAŁU I RODZAJE STRATEGII	
PRZEDSIĘBIORSTWA	71
4.1. Ramowy podział strategii zarządzania	71
4.2. Strategie rozwoju przedsiębiorstwa	74
4.3. Strategie konkurencji	83
4.4. Inne rodzaje strategii przedsiębiorstwa	104

Rozdział V

STRATEGIA W PROCESIE ZARZĄDZANIA

STRATEGICZNEGO	126
5.1. Strategia jako etap zarządzania strategicznego	126
5.2. Formułowanie strategii działania przedsiębiorstwa	129
5.3. Czynniki determinujące wybór strategii rozwoju firmy	136

Rozdział VI

ANALIZA STRATEGICZNA JEJ ZAKRES

I WYKORZYSTANIE W BUDOWIE STRATEGII	142
6.1. Pojęcie, zakres i cele analizy strategicznej	142
6.2. Podstawowe elementy analizy strategicznej	146
6.3. Analiza potencjału strategicznego firmy	152

Rozdział VII

WYBRANE TECHNIKI ANALIZY STRATEGICZNEJ

7.1. Analiza łańcucha wartości	157
7.2. Metody portfelowe – macierz BCG	160
7.3. Analiza „pięciu sił” M. Portera	163
7.4. Metoda SWOT	170

Rozdział VIII

STRATEGIE PRZEDSIĘBIORCZE

8.1. Strategia – być najpierwszym i najsilniejszym	176
8.2. Strategia – uderzać w nich tam gdzie ich nie ma	177
8.3. Strategia – niszy ekologicznej	180
8.4. Strategia – zmiana ekonomicznych wartości i cech wyrobu, rynku i przemysłu	183

Rozdział IX

STRATEGIA SUKCESU FIRMY

9.1. Myślenie liniowe i lateralne	187
9.2. Tworzenie skutecznej strategii	189
9.3. Drogi sukcesu rynkowego	194

Rozdział X

WPŁYW RYZYKA NA KSZTAŁTOWANIE SIĘ

STRATEGII FIRMY	199
10.1. Rozpoznanie ryzyka	199

10.2. Ocena ryzyka	203
10.3. Manipulowanie ryzykiem.....	211
10.4. Kontrolowanie ryzyka	214

Rozdział XI

OCENA RYZYKA I JEGO MIEJSCE

W BUDOWIE STRATEGII.....	217
11.1. Ocena ogólnego otoczenia firmy	217
11.2. Ocena zasobów wewnętrznych firmy	218
11.3. Ocena bezpośrednich relacji z otoczeniem	226
11.4. Analiza SWOT – czyli słabe i mocne strony firmy.....	228
11.5. System wczesnego ostrzegania	231

BIBLIOGRAFIA	238
--------------------	-----

SPIS RYSUNKÓW, SCHEMATÓW I TABEL	241
--	-----