

ROZDZIAŁ I:

Istota zarządzania strategicznego. 13

1.1. Ewolucja myślenia strategicznego – od planowania do zarządzania opartego na wiedzy 13

1.2. Szkoły i koncepcje zarządzania strategicznego 18

1.2.1. Szkoła planistyczna 18

1.2.2. Szkoła ewolucyjna 19

1.2.3. Szkoła pozycyjna 22

1.2.4. Szkoła zasobowa 24

1.2.5. Nowoczesność i postmodernizm w zarządzaniu strategicznym 25

1.3. Strategie i decyzje strategiczne 32

1.4. Poziomy strategii 41

1.5. Etapy i procedury w procesie zarządzania strategicznego 54

ROZDZIAŁ II:

Ambicje rozwojowe jako jądro zarządzania strategicznego. 61

2.1. Deklaracja wizji i misji w strategii 61

2.2. Proces formalizacji celów strategicznych. 69

2.3. Operacjonalizacja strategii 79

ROZDZIAŁ III:

Diagnostyka strategiczna	83
3.1. Komponenty analizy strategicznej organizacji	84
3.2. Analiza makrootoczenia	87
3.3. Analiza mikrootoczenia.	94
3.3.1. Model Portera	94
3.3.2. Analiza luk strategicznych	100
3.3.3. Mapy grup strategicznych	103
3.3.4. Kluczowe czynniki sukcesu i profil konkurencyjny	109
3.4. Analiza potencjału strategicznego przedsiębiorstwa.	115
3.4.1. Analiza cyklu życia produktu	115
3.4.2. Analizy portfelowe	119
3.4.3. Analiza łańcucha wartości	140
3.4.4. Analiza kondycji ekonomicznej i finansowej	143
3.5. Zintegrowane techniki diagnozy strategicznej	148

ROZDZIAŁ IV:

Strategie na poziomie SBU	157
4.1. Strategie ogólne według Portera.	158
4.1.1. Logika wyboru strategii konkurencji	158
4.1.2. Strategia przywództwa kosztowego	165
4.1.3. Strategia zróżnicowania	175
4.1.4. Strategia koncentracji	181
4.2. Strategie hybrydowe	187
4.3. Modele konkurencji – poza schematem Portera	191

ROZDZIAŁ V:

Strategie na poziomie korporacyjnym. 203

5.1. Typologia strategii korporacyjnych	204
5.2. Strategia jednobiznesowa	210
5.3. Strategie dywersyfikacji.	214
5.3.1. Stopień zdywersyfikowania a rodzaje dywersyfikacji	216
5.3.2. Kierunek dywersyfikacji – model Ansoffa	225
5.3.3. Sposoby dywersyfikacji.	231
5.4. Strategie integracji.	234
5.4.1. Integracja pionowa.	234
5.4.2. Integracja pozioma.	240
5.4.3. Fuzje i przejęcia jako formy integracyjne	245
5.4.4. Alianse strategiczne jako formy integracyjne	256
5.5. Holdingi i grupy kapitałowe jako formy strategii korporacyjnych.	265
5.5.1. Japońskie Keiretsu	265
5.5.2. Koreańskie Czebole	274
5.5.3. Polskie Holdingi	278
5.5.4. Pułapki strategiczne struktur holdingowych.	284

ROZDZIAŁ VI:

Strategie w warunkach kryzysu 289

6.1. Istota zarządzania w kryzysie	290
6.2. Opcje strategiczne działań antykryzysowych	301
6.3. Stabilizacja kryzysu	315
6.4. Strategia restrukturyzacji przedsiębiorstwa.	319
6.5. Strategie dywestycji, sprzedaży i likwidacji przedsiębiorstwa.	328

ROZDZIAŁ VII:

Zarządzanie strategiczne w warunkach niepewności i ryzyka 337

7.1. Niepewność i ryzyko jako środowisko strategii	338
7.2. Postawy strategiczne wobec niepewności	347
7.3. Zarządzanie scenariuszowe wobec niepewności	351

ROZDZIAŁ VIII:

Internacjonalizacja i globalizacja jako strategie rozwoju .. 359

8.1. Strategie internacjonalizacji – od eksportu do klonowania przedsiębiorstwa	360
8.2. Strategie globalizacji	375

ROZDZIAŁ IX:

Realia i pułapki zarządzania strategicznego w praktyce .. 387

9.1. Degeneracja strategiczna polskich przedsiębiorstw – dekalog błędów ..	388
9.2. Istota strategii rozwojowych w praktyce polskich przedsiębiorstw – wyniki badań empirycznych	401
9.2.1. Postać strategii w praktyce – kontekst badawczy	402
9.2.2. Założenia strategiczne i obszary planowania – kontekst badawczy	409
9.2.3. Rodzaje stosowanych strategii – kontekst badawczy	414
9.2.4. Problemy i efekty procesu wdrażania strategii – kontekst badawczy	416
9.3. Profil typowej strategii polskiej firmy	419

Spis rysunków	423
----------------------------	------------

Spis tabel.	427
-------------------------	------------

Bibliografia	429
---------------------------	------------