

PLANOWANIE STRATEGICZNE W PRZEDSIĘBIORSTWIE

Autorka: MARIA ROMANOWSKA

Wprowadzenie

1. Planowanie strategiczne

- 1.1. Ewolucja myślenia strategicznego
- 1.2. Istota strategii
- 1.3. Model działalności przedsiębiorstwa
- 1.4. Metodyka budowy planu strategicznego
- 1.5. Bariery skutecznej strategii i ich przezwyciężanie

2. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa

- 2.1. Rola analizy strategicznej w planowaniu rozwoju przedsiębiorstwa
- 2.2. Analiza makrootoczenia przedsiębiorstwa
- 2.3. Analiza otoczenia konkurencyjnego
- 2.4. Analiza potencjału strategicznego przedsiębiorstwa
- 2.5. Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa

3. Strategia dywersyfikacji - od przedsiębiorstwa wyspecjalizowanego do konglomeratu

- 3.1. Model strategii rozwoju przedsiębiorstwa H.I. Ansoffa
- 3.2. Cele i rodzaje dywersyfikacji
- 3.3. Sposoby pomiaru dywersyfikacji i synergii
- 3.4. Historia dywersyfikacji na świecie i w Polsce
- 3.5. Konglomeraty - nieudany eksperyment?
- 3.6. Pułapki dywersyfikacji

4. Strategia rozwoju rynku - od przedsiębiorstwa lokalnego do korporacji transnarodowej

- 4.1. Przesłanki ekspansji geograficznej przedsiębiorstw
- 4.2. Strategie internacjonalizacji przedsiębiorstw
- 4.3. Model przedsiębiorstwa globalnego
- 4.4. Strategie przedsiębiorstw lokalnych w sektorach globalnych
- 4.5. Pomiar internacjonalizacji przedsiębiorstwa

5. Strategia integracji pionowej

- 5.1. Istota integracji pionowej
- 5.2. Integracja pionowa a strategie alternatywne
- 5.3. Strategie zarządzania dostawcami
- 5.4. Tendencje światowe

6. Sposoby rozwoju przedsiębiorstw

- 6.1. Przesłanki wyboru sposobu rozwoju
- 6.2. Fuzje i przejęcia
- 6.3. Alianse strategiczne

7. Strategie konkurencji

- 7.1. Istota strategii konkurencji
- 7.2. Przewagi konkurencyjne

- 7.3. Źródła przewag konkurencyjnych
- 7.4. Wybór obszaru konkurencji
- 7.5. Hiperkonkurencja

Aneks

Literatura