
SPIS TREŚCI

Od autora	7
Wprowadzenie	11

CZĘŚĆ I. OGÓLNE METODY ANALITYCZNE

19

Rozdział 1. Strukturalna analiza sektora	21
Rozdział 2. Podstawowe strategie konkurencji	57
Rozdział 3. Zarys analizy konkurentów	73
Rozdział 4. Sygnały rynkowe	105
Rozdział 5. Posunięcia konkurencyjne	121
Rozdział 6. Strategia wobec nabywców i dostawców	145
Rozdział 7. Analiza strukturalna wewnątrz sektora	165
Rozdział 8. Ewolucja sektora	197

CZĘŚĆ II. PODSTAWOWE RODZAJE ŚRODOWISK SEKTORÓW

233

Rozdział 9. Strategia konkurencji w sektorach rozproszonych	235
Rozdział 10. Strategia konkurencji w pojawiających się sektorach	259
Rozdział 11. Dojrzewanie sektora	283
Rozdział 12. Strategia konkurencji w sektorach schyłkowych	303
Rozdział 13. Konkurencja w sektorach globalnych	327

CZĘŚĆ III. DECYZJE STRATEGICZNE.....	353
Rozdział 14. Strategiczna analiza integracji pionowej.....	355
Rozdział 15. Rozbudowa zdolności produkcyjnej.....	383
Rozdział 16. Wejście do nowych dziedzin.....	401
 ZAŁĄCZNIKI	 423
Załącznik A. Techniki analizy portfeli w analizie konkurentów	425
Załącznik B. Jak przeprowadzić analizę sektora.....	433
 Bibliografia	 449
Indeks	453