

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Koncepcje zarządzania strategicznego	17
<i>Władysław Janasz</i>	
1.1. Pojęcie i ewolucja zarządzania strategicznego	17
1.2. Zarządzanie strategiczne jako proces	24
1.3. Zasady zarządzania strategicznego	29
1.4. Informacja i wiedza w zarządzaniu	33
Rozdział 2	
Podstawowe koncepcje formułowania strategii przedsiębiorstwa	42
<i>Władysław Janasz</i>	
2.1. Istota strategii przedsiębiorstwa	42
2.2. Główne szkoły i nurty w zarządzaniu strategicznym	48
2.3. Etapy i procedury zarządzania strategicznego	62
2.4. Cele i zadania przedsiębiorstwa	67
2.5. Wizja strategiczna i misja przedsiębiorstwa	77
Rozdział 3	
Strategie rozwoju przedsiębiorstwa	84
<i>Władysław Janasz</i>	
3.1. Poziomy zarządzania strategicznego	84
3.2. Kryteria i rodzaje strategii	91
3.3. Strategie na poziomie przedsiębiorstwa	95
3.4. Strategie dziedzin gospodarowania	97
3.5. Strategie konkurencji a strategie marketingowe	103
3.6. Strategie funkcjonalne	107
3.7. Podstawowe strategie rozwojowe przedsiębiorstwa	110

Rozdział 4**Ryzyko i niepewność w zarządzaniu strategicznym***Krzysztof Janasz* **120**

- 4.1. Istota i znaczenie ryzyka w procesach gospodarczych 120
- 4.2. Ryzyko a niepewność 131
- 4.3. Proces zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwie 135
- 4.4. Metody pomiaru, kontroli i ograniczania ryzyka w zarządzaniu strategicznym 141

Rozdział 5**Analiza makrootoczenia***Katarzyna Koziół* **152**

- 5.1. Charakterystyka makrootoczenia przedsiębiorstwa 152
- 5.2. Metody analizy makrootoczenia 158
 - 5.2.1. Metody bezscenariuszowe 158
 - 5.2.2. Metody scenariuszowe 160

Rozdział 6**Analiza otoczenia konkurencyjnego***Katarzyna Koziół* **171**

- 6.1. Przedsiębiorstwo w otoczeniu konkurencyjnym 171
- 6.2. Metody analizy otoczenia konkurencyjnego 176

Rozdział 7**Ocena potencjału strategicznego przedsiębiorstwa***Katarzyna Koziół* **189**

- 7.1. Zasoby i kompetencje w organizacji 189
- 7.2. Metody analizy potencjału wewnętrznego przedsiębiorstwa 190

Rozdział 8**Diagnoza strategiczna przedsiębiorstwa***Katarzyna Koziół* **207**

- 8.1. Istota diagnozy strategicznej 207
- 8.2. Metody pozycjonowania strategicznego firmy w diagnozie strategicznej 209

Rozdział 9**Formułowanie strategii***Katarzyna Koziół* **226**

- 9.1. Podstawowe koncepcje i modele formułowania strategii przedsiębiorstwa 226
- 9.2. Determinanty budowy strategii 240

Rozdział 10**Implementacja strategii i kontrola strategiczna***Katarzyna Kozioł***245**

- 10.1. Implementacja strategii 245
- 10.2. Kontrola i kontrola strategiczna w organizacji 253
- 10.3. Kontroling strategiczny i operacyjny 256
 - 10.3.1. Strategiczna karta wyników jako narzędzie realizacji strategii 260

Rozdział 11**Strategie na poziomie korporacji i przedsiębiorstw sektorowych***Władysław Janasz***265**

- 11.1. Strategie korporacji 265
- 11.2. Kontekst sektorowy 268
- 11.3. Zarys strategii sektora przemysłowego 272

Rozdział 12**Strategie rozwoju i umiędzynarodowienia przedsiębiorstw***Katarzyna Szopik-Depczyńska***294**

- 12.1. Istota i motywy internacjonalizacji przedsiębiorstw 295
- 12.2. Strategie internacjonalizacji przedsiębiorstw 300
- 12.3. Pojęcie i formy globalizacji 307
- 12.4. Formułowanie strategii globalnej w przedsiębiorstwie 311

Bibliografia

319

Spis rysunków

333

Spis tabel

335