

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1. Przedsiębiorstwo i jego funkcje na rynku	13
1.1. Podmiot gospodarczy i jego otoczenie	13
1.2. Relacja rynek producenta – rynek konsumenta	19
1.3. Czynniki wpływające na proces zmian w przedsiębiorstwie	23
1.3.1. Procesy globalizacji i regionalizacji	23
1.3.2. Postęp techniczny i technologiczny	26
1.3.3. Wymagania proekologicznego działania i społeczna odpowiedzialność organizacji	28
1.3.4. Czynniki wewnętrzne wpływające na zmiany w przedsiębiorstwie	29
1.4. Restrukturyzacja gospodarki i przedsiębiorstwa	31
1.5. Przedsiębiorstwo tradycyjne a przedsiębiorstwo wirtualne — warunki sprawnego działania	33
Pytania kontrolne	36
Rozdział 2. Rola strategii w zarządzaniu przedsiębiorstwem	37
2.1. Wybrane koncepcje zarządzania strategicznego	37
2.2. Zintegrowany proces zarządzania strategicznego	42
2.2.1. Analiza strategiczna	43
2.2.2. Formułowanie strategii	43
2.2.3. Wdrażanie strategii — organizacja, kontrola i ocena	44
2.3. Podmiotowy aspekt formułowania strategii	45
2.4. Poziomy strategii	47
2.5. Wizja, misja i cele strategiczne przedsiębiorstwa	50

2.6. Kulturowe uwarunkowania zarządzania strategicznego	54
Pytania kontrolne	60
Rozdział 3. Analiza strategiczna makrootoczenia przedsiębiorstwa	61
3.1. Analiza makrootoczenia	61
3.1.1. Jak należy definiować otoczenie przedsiębiorstwa?	61
3.1.2. Zdefiniowanie makrootoczenia organizacji	63
3.2. Składniki makrootoczenia	67
3.2.1. Otoczenie ekonomiczne	69
3.2.2. Otoczenie technologiczne	72
3.2.3. Otoczenie polityczno-prawne	75
3.2.4. Otoczenie społeczne	78
3.2.5. Otoczenie demograficzne	80
3.2.6. Otoczenie międzynarodowe	83
Pytania kontrolne	86
Rozdział 4. Metody prognozowania zjawisk w makrootoczeniu	87
4.1. Istota prognozowania zjawisk w otoczeniu	87
4.2. Metody prognozowania zjawisk w makrootoczeniu	92
4.3. Metody heurystyczne	94
4.4. Metody scenariuszowe	99
4.5. Badania foresightowe	102
4.6. Metody foresightowe	109
4.6.1. Skanowanie otoczenia	109
4.6.2. Wywiad technologiczny	110
4.6.3. Ankiety problemowe	111
4.6.4. Prognozowanie geniusza	111
4.6.5. Technologie krytyczne (kluczowe)	113
4.6.6. Mapa drogowa technologii	116
Pytania kontrolne	116
Rozdział 5. Analiza otoczenia konkurencyjnego	118
5.1. Model konkurencji M.E. Portera	119
5.2. Bariery wejścia i wyjścia z sektora	121
5.3. Relacje sektor a jego klienci	125
5.4. Relacje sektor a jego dostawcy	129
5.5. Rywalizacja między konkurentami i mapa grup strategicznych	133
Pytania kontrolne	143

Rozdział 6. Analiza potencjału strategicznego przedsiębiorstwa	144
6.1. Zasoby przedsiębiorstwa jako źródło przewagi konkurencyjnej	145
6.2. Kluczowe czynniki sukcesu	154
6.3. Bilans strategiczny	160
6.4. Cykl życia produktu, technologii, organizacji i sektora	165
6.5. Łańcuch wartości	172
Pytania kontrolne	178
Rozdział 7. Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa	179
7.1. Metody portfelowe	179
7.2. Analiza SWOT	190
7.3. Benchmarking	194
Pytania kontrolne	201
Rozdział 8. Formułowanie i wybór strategii	202
8.1. Proces formułowania strategii przedsiębiorstwa	202
8.1.1. Planowanie strategii	204
8.1.2. Podejście oparte na wizji (przedsiębiorcze)	206
8.1.3. Strategie wyłaniające się (emergentne)	207
8.2. Strategie konkurencji — model strategii M.E. Portera	208
8.3. Strategie dywersyfikacji	213
8.3.1. Istota i przesłanki dywersyfikacji działalności przedsiębiorstwa	213
8.3.2. Rodzaje strategii dywersyfikacji	214
8.3.3. Dywersyfikacja a specjalizacja	221
8.4. Strategia kooperencji	225
8.5. Alianse strategiczne	230
8.5.1. Formy aliansów strategicznych	233
8.6. Fuzje i przejęcia	237
8.6.1. Istota i rodzaje fuzji/przejęć	237
8.6.2. Motywy fuzji/przejęć	241
8.6.3. Taktyki obronne przed wrogim przejęciem	243
8.6.4. Najczęstsze przyczyny niepowodzeń i sukcesów fuzji/przejęć	244
Pytania kontrolne	247
Rozdział 9. Wdrażanie strategii	248
9.1. Istota wdrażania strategii	248
9.2. Strategiczne programy funkcjonalne	253
9.3. Strategiczna (zrównoważona) karta wyników	255

9.4. Model strategicznego działania	260
9.5. <i>General Management Navigator</i>	263
9.6. Model syntezy strategii	267
9.7. Strategia „błękitnego oceanu”	268
9.8. Czynniki warunkujące efektywne wdrażanie strategii	273
9.9. Kontrola wdrażania strategii	286
9.10. Kontroling strategiczny	289
Pytania kontrolne	291

Rozdział 10. Współczesne koncepcje zarządzania a zarządzanie strategiczne 292

10.1. Business Process Reengineering	292
10.2. Outsourcing, offshoring i lean management	296
10.3. Zarządzanie wiedzą	304
10.4. Organizacja ucząca się	309
10.5. Organizacja inteligentna	314
Pytania kontrolne	321

Bibliografia 323

Indeks