

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Koncepcje zarządzania strategicznego	
<i>Władysław Janasz</i>	17
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	
<i>Władysław Janasz</i>	42
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	
<i>Władysław Janasz</i>	84
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 niepewno w zarz dzaniu strategicznym	
<i>Krzysztof Janasz</i>	120
4.1. Istota i znaczenie ryzyka w procesach gospodarczych	120
4.2. Ryzyko a niepewno	131
4.3. Proces zarz dzania ryzykiem w przedsi biorstwie	135
4.4. Metody pomiaru, kontroli i ograniczania ryzyka w zarz dzaniu strategicznym	141
Rozdział 5	
Analiza makrootoczenia	
<i>Katarzyna Koziol</i>	152
5.1. Charakterystyka makrootoczenia przedsi biorstwa	152
5.2. Metody analizy makrootoczenia	158
5.2.1. Metody bezscenariuszowe	158
5.2.2. Metody scenariuszowe	160
Rozdział 6	
Analiza otoczenia konkurencyjnego	
<i>Katarzyna Koziol</i>	171
6.1. Przedsi biorstwo w otoczeniu konkurencyjnym	171
6.2. Metody analizy otoczenia konkurencyjnego	176
Rozdział 7	
Ocena potencjału strategicznego przedsi biorstwa	
<i>Katarzyna Koziol</i>	189
7.1. Zasoby i kompetencje w organizacji	189
7.2. Metody analizy potencjału wewn trznego przedsi biorstwa	190
Rozdział 8	
Diagnoza strategiczna przedsi biorstwa	
<i>Katarzyna Koziol</i>	207
8.1. Istota diagnozy strategicznej	207
8.2. Metody pozycjonowania strategicznego firmy w diagnozie strategicznej	209
Rozdział 9	
Formułowanie strategii	
<i>Katarzyna Koziol</i>	226
9.1. Podstawowe koncepcje i modele formułowania strategii przedsi biorstwa	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 i

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. Pojęcia i formy globalizacji

307

12.4. Formułowanie strategii globalnej w przedsiębiorstwie

311

Bibliografia

319

Spis rysunków

333

Spis tabel

335