

Spis treści

WSTĘP	9
ROZDZIAŁ I. KONCEPCJE ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO	11
1. Pojęcie zarządzania strategicznego	11
2. Determinanty systemu zarządzania strategicznego	16
3. Geneza zarządzania strategicznego	21
4. Szkoły i nurty w zarządzaniu strategicznym	25
5. Zasady zarządzania strategicznego	32
Przypisy do rozdziału I	37
ROZDZIAŁ II. TYPOLOGIA STRATEGII ZARZĄDZANIA	39
1. Pojęcie strategii zarządzania	39
2. Cele firmy	41
2.1. Formuły celu działania	41
2.2. Zasady projektowania systemu celów	43
2.3. Klasyfikatory celów	44
2.4. Cele a funkcje	47
3. Wizja i misja firmy	48
4. Podział strategii zarządzania	54
4.1. Ramowy podział strategii zarządzania	54
4.2. Strategie podstawowe	58
4.3. Strategie dziedzin gospodarowania	60
4.4. Strategie konkurencji a strategie marketingowe	62
4.5. Strategie funkcjonalne	69
5. Opcja strategiczna	75
6. Program działalności globalnej przedsiębiorstwa (DGP)	80
Przypisy do rozdziału II	90
ROZDZIAŁ III. KIERUNKI WYKORZYSTANIA ANALIZY PREFERENCJI W ZARZĄDZANIU STRATEGICZNYM	92
1. Istota analizy preferencji	92
2. Zasady analizy preferencji	93
3. Sfera przygotowawcza analizy preferencji	94
4. Metoda rangowania	99
4.1. Tok postępowania badawczego w metodzie rangowania	99
4.2. Badanie zgodności opinii ekspertów	104
4.3. Metoda rangowania w ocenie bezpieczeństwa strategicznego firmy	107
5. Metoda punktacji	112
5.1. Ogólna charakterystyka metody punktacji	112
5.2. Systemy oceniania przez punktację	113
5.3. Ocena sprawdzająca	119
5.4. Agregacja dysjunktywna i bilansująca	123
5.5. Ranking	125
5.6. Kategoryzacja firmy	130
5.7. Metoda punktacji w obliczaniu prawdopodobieństwa subiektywnego	132
Przypisy do rozdziału III	135

ROZDZIAŁ IV. ANALIZA STRATEGICZNA	137	RO
1. Istota i zakres analizy strategicznej	137	1.
2. Przegląd metod analizy makrootoczenia	139	2.
2.1. Prognozy	139	
2.2. Analiza luki strategicznej	140	
2.3. Ocena ekspercka	142	3.
2.4. Metoda scenariuszowa	144	
3. Przegląd metod analizy sektorowej	151	
3.1. Analiza sektorowej luki strategicznej	151	
3.2. Analiza pięcioczynnikowa M. Portera	152	
3.3. Metoda punktacji ważonej w ocenie atrakcyjności sektora	155	
3.4. Mapa grup strategicznych	158	
3.5. Krzywa doświadczeń	160	4.
4. Przegląd metod analizy strategicznej firmy	163	
4.1. Analiza kluczowych czynników sukcesu (KCS)	163	
4.2. Model łańcucha wartości	165	
4.3. Model cyklu życia produktu i technologii	175	
4.4. Metody portfelowe	177	
4.5. Analiza SWOT	190	
4.6. Kompleksowa kwalifikacja działalności firmy	193	
5. Podejście uniwersalne w analizie strategicznej firmy	196	5.
5.1. Analiza strategiczna w praktyce zarządzania firmą	196	
5.2. Analiza strategiczna typu ASTRA	198	
Przypisy do rozdziału IV	218	
ROZDZIAŁ V. PLANOWANIE STRATEGICZNE	219	6.
1. Planowanie strategiczne jako narzędzie rozwoju firmy	219	
2. Internacjonalizacja i globalizacja a koncepcja planowania strategicznego	223	Z
2.1. Planowanie rozwoju w warunkach szerokiego otwarcia rynku	223	
2.2. Specyfika planowania strategicznego w wymiarze międzynarodowym	231	B
2.3. Statystyka najlepszych i największych firm	234	
3. Analiza zdolności rozwojowej firmy	240	
3.1. Problem zmiany i rozwoju w działalności praktycznej	240	
3.2. Zarządzanie rozwojem firmy	243	
3.3. Zdolność rozwojowa	246	
4. Restrukturyzacja firmy	251	
4.1. Strategie restrukturyzacji	251	
4.2. Wskaźniki efektywności czynników wytwórczych firmy	252	
4.3. Restrukturyzacja finansowa przedsiębiorstw i banków w świetle przepisów prawnych	255	
4.4. Sprawozdanie z przebiegu restrukturyzacji	258	
5. Programowanie strategiczne	266	
5.1. Programowanie zmian w firmie	266	
5.2. <i>Project Management</i> jako narzędzie programowania strategicznego	269	
5.3. Uniwersalne modele programowania strategicznego	274	
6. Plan biznesowy firmy	281	
6.1. Struktura planów biznesowych	281	
6.2. Zagregowany plan biznesowy	288	
6.3. Organizacja planowania w firmie	300	
Przypisy do rozdziału V	304	

ROZDZIAŁ VI. IMPLEMENTACJA STRATEGII I KONTROLA STRATEGICZNA	306
1. Charakterystyka procesu implementacji	306
2. Kontrola strategiczna w praktyce firmy	316
2.1. Nadzór a kontrola	316
2.2. Organizacja systemu kontroli	318
2.3. Controlling menedżerski	320
3. Analiza produktywności	324
3.1. Produktywność standardowa, a produktywność strukturalna	324
3.2. Założenia koncepcji produktywności strukturalnej	324
3.3. Systematyka kosztów zbędnych	326
3.4. Procedura obliczeniowa w rachunku produktywności	328
3.5. Źródła informacji dla badań empirycznych	330
3.6. Strategia poprawy produktywności	332
4. Instrumenty analizy działalności operacyjnej	335
4.1. Podstawowe kierunki badań dla potrzeb kontroli strategicznej	335
4.2. Rachunek kosztów docelowych działalności firmy	335
4.3. Zarządzenie kosztami w cyklu życia produktu	339
4.4. Doskonalenie struktury łańcucha wartości	341
4.5. Metoda produktywności progowej	343
4.6. Rachunek dyskontowy w programowaniu działalności operacyjnej	345
4.7. Controlling jakości w działalności operacyjnej	346
5. Analiza dziedziny zasobów ludzkich	349
5.1. Kierunki doskonalenia systemu motywacyjnego	349
5.2. Podstawy badań analitycznych	350
5.3. Analiza potencjału pracy	356
6. Kompleksowa kwalifikacja działalności firmy	359
6.1. Agregatowa ocena kondycji finansowej firmy	359
6.2. Ocena ogólnej zdolności rozwojowej firmy	362
Przypisy do rozdziału VI	367
ZAKOŃCZENIE	368
BIBLIOGRAFIA	368