

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
1. Definiowanie misji i celów strategicznych firmy	9
1.1. Formułowanie misji	9
1.2. Definiowanie celów strategicznych	15
2. Metody analizy makrootoczenia	21
2.1. Scenariusze stanów otoczenia	21
3. Metody diagnozy mikrootoczenia firmy	29
3.1. Model „5 sił” Portera	29
3.2. Punktowa ocena atrakcyjności sektora	37
3.3. Mapa grup strategicznych	39
4. Diagnoza potencjału i pozycji strategicznej firmy	43
4.1. Bilans strategiczny organizacji	43
4.2. Metoda kluczowych czynników sukcesu	50
4.3. Cykl życia produktu/sektora	52
4.4. Macierz BCG	57
4.5. Macierz General Electric	62
4.6. Macierz ADL	68
5. Zintegrowane metody analizy strategicznej	75
5.1. Analiza TOWS/SWOT	75
5.2. Analiza SPACE	87
6. Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa na przykładzie spółki Fer S.A. – opis przypadku ..	91
7. Wykaz wybranych pozycji literatury z zakresu strategii rozwoju przedsiębiorstw	98