

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	3
Введение.....	5

РАЗДЕЛ I. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Глава 1. Развитие систем стратегического управления.....	12
1.1. Эволюция взглядов на стратегическое управление.....	12
1.2. Школы стратегического планирования.....	16
Глава 2. Содержание стратегического управления.....	19
2.1. Модель стратегического управления.....	19
2.2. Миссия организации.....	20
2.3. Стратегические цели.....	25

РАЗДЕЛ II. КЛАССИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ

Глава 3. Внешний анализ.....	27
3.1. Понятие внешней среды.....	27
3.2. Факторный анализ внешней среды.....	29
3.2.1. PEST-анализ.....	29
3.2.2. Резюме внешнего анализа.....	30
3.3. Модель двух стадий.....	31
3.3.1. Сегментирование макросреды.....	32
3.3.2. Анализ макросреды.....	33
3.4. Сценарный анализ.....	34
3.5. Конкурентное окружение.....	35
3.5.1. Модель пяти сил М. Портера.....	35
3.5.2. Групповой анализ.....	37
3.6. Внешние стейкхолдеры.....	38
Глава 4. Управленческий анализ.....	41
4.1. Содержание управленческого анализа.....	41
4.2. Этапы управленческого анализа.....	42
4.3. Цепочка создания ценностей.....	44
4.3.1. Компания как комбинация отдельных видов деятельности.....	44
4.3.2. Проектирование системы цепочки ценностей.....	45
4.3.3. Управление цепочкой ценностей.....	47
4.3.4. Резюме внутреннего анализа.....	48
4.4. Внутренние стейкхолдеры.....	50

Глава 5. Портфельный анализ	52
5.1. Стратегическая единица бизнеса и портфель фирмы.....	52
5.2. Портфельные матрицы.....	53
Глава 6. Конкурентные стратегии	62
6.1. Содержание конкурентных стратегий.....	62
6.2. Базовые стратегии.....	63
6.3. Стратегии роста.....	64
6.4. Стратегии синергизма.....	68
6.5. Наступательные и оборонительные стратегии.....	69

РАЗДЕЛ III. СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ

Глава 7. Реляционные стратегии	72
7.1. Кооперация как альтернатива конкуренции.....	72
7.2. Характеристика стратегических альянсов.....	75
7.3. Альянсы фирм-конкурентов.....	78
7.4. Альянсы неконкурирующих фирм.....	82
Глава 8. Стратегии предприятий различных отраслей	87
8.1. Жизненный цикл отрасли.....	87
8.2. Стратегии предприятий растущих отраслей.....	88
8.3. Стратегии предприятий зрелых отраслей.....	90
8.4. Стратегии предприятий в отраслях, переживающих спад.....	91
8.5. Стратегия изменения структуры отрасли <i>PARTS</i>	92
Глава 9. Глобальные стратегии	95
9.1. Переход к глобальной стратегии.....	95
9.2. Условия и возможности осуществления.....	96
9.3. Теория конкурентных преимуществ «Бриллиант».....	98
9.4. «Родная база» глобальной компании.....	100
Глава 10. Кластерная модель анализа конкурентоспособности	103
10.1. Теория кластеров: исходные представления.....	103
10.2. Влияние кластера на конкурентоспособность фирмы.....	105
10.3. Формирование кластеров.....	108
10.4. Модель оценки эффективности региональных кластеров.....	110

РАЗДЕЛ IV. РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ

Глава 11. Оценка готовности организации к изменениям	119
11.1. Сущность реализации стратегических изменений.....	119
11.2. Карта топ-характеристик, необходимых для реализации стратегии.....	121
11.3. Особая роль человеческого фактора.....	124

Глава 12. Стратегическое планирование изменений в организации	128
12.1. Разновидности стратегических преобразований	128
12.2. Модель обновления «Крепендо» — эволюционные изменения	132
12.3. Реинжиниринг — модель радикальных изменений	134

РАЗДЕЛ V. НОВЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИМПЕРАТИВЫ

Глава 13. Творческая компонента стратегического планирования	137
13.1. Низкая эффективность традиционных стратегических планов	137
13.2. Стратегия как ловкий маневр	138
13.3. Творческая компонента: слияние процессов разработки стратегии и ее реализации	142
Глава 14. Новые взгляды на функциональные и личные стратегии	146
14.1. Функциональные стратегии: взаимосвязь и (или) разнонаправленность	146
14.2. Личные стратегии: кастомизация рабочих мест	148

РАЗДЕЛ VI. СТРАТЕГИИ В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Глава 15. Новые управленческие ориентиры	152
15.1. Введение в новую экономику	152
15.2. Информационная и материальная экономики	153
15.2.1. Информационная модель организации Дж. Гэлбрейта	153
15.2.2. Разделение экономики информации и материальной экономики	156
15.3. Ценность и доступность информации в новой экономике	157
15.4. Новые конкурентные преимущества и новая структура бизнеса	160
Глава 16. Стратегии распада крупного бизнеса на отдельные элементы	170
16.1. Новая корпоративная структура	170
16.2. Новые стратегии индивида	176
Заключение	180
Приложения	183
Список литературы	201