

Аакер Д.

Стратегическое рыночное управление. 7-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2007. — 496 с: ил. — (Серия «Теория менеджмента»).

«Стратегическое рыночное управление» — одна из самых значительных работ признанного классика менеджмента Дэвида Аакера. Новое, 7-е издание сохранило лучшие традиции этой прославленной книги: его отличают простота изложения и охват всех существенных аспектов создания, оценки и реализации бизнес-стратегий. Наряду с этим в книге отражены новейшие тенденции в области стратегического менеджмента, добавлены свежие примеры и кейсы, показаны способы применения стратегических разработок на практике. Прочитав эту книгу, вы сможете правильно понимать и контролировать динамичную окружающую обстановку, предлагать дальновидные и творческие подходы, адекватные условиям и изменениям, с которыми сталкивается фирма, создавать стратегии, основанные на устойчивых конкурентных преимуществах.

Издание будет полезно менеджерам, разрабатывающим стратегии развития предприятия, слушателям программ MBA и других учебных курсов по стратегическому маркетингу, стратегическому менеджменту и стратегическому рыночному планированию.

Оглавление

Предисловие

Пять опор

Седьмое издание

Цели книги

Обзор

Кому предназначена эта книга

Информация для преподавателей

Благодарности

ЧАСТЬ I. ВВЕДЕНИЕ И ОБЗОР

Глава 1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции

Что такое стратегия бизнеса?

Стратегические направления

Стратегическое рыночное управление: исторический анализ

Стратегическое рыночное управление: характеристики и тенденции .

Необходимость стратегического рыночного управления ,

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 2. Стратегическое рыночное управление: обзор темы

Внешний анализ

Внутренний анализ

Видение бизнеса

Идентификация и выбор стратегии

Выбор стратегических вариантов

Процесс

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

ЧАСТЬ II. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Глава 3. Внешний анализ и анализ покупателей

Внешний анализ

Предмет анализа покупателей

Сегментирование

Мотивы покупателей

Неудовлетворенные потребности

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 4. Анализ конкурентов

Определение конкурентов с позиции покупателей

Определение конкурентов как стратегических групп

Потенциальные конкуренты

Анализ конкурентов: изучение соперников

Сильные и слабые стороны конкурента

Сбор информации о конкурентах

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 5. Анализ рынков и субрынков

Направления анализа рынка

Фактический и потенциальный объемы рынка

Темпы роста рынка и субрынка

Анализ прибыльности рынка и субрынка

Структура издержек

Системы распределения

Рыночные тенденции

Ключевые факторы успеха как основа конкуренции

Риски на быстрорастущих рынках

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 6. Анализ среды и стратегическая неопределенность.

Составляющие анализа среды

Проблема стратегических неопределенностей

Анализ влияния; оценка воздействий стратегических неопределенностей

Сценарный анализ

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 7. Внутренний анализ

Финансовое состояние: объем продаж и прибыльность ...

Оценка деятельности: не прибылью единой

Детерминанты стратегических опционов

От анализа к стратегии

Портфельный анализ бизнеса

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Приложение. Прогнозирование денежных потоков: источники и потребители финансовых средств

Практикум (для части II)

Новая динамичная отрасль: производство энергетических батончиков

Темы для обсуждения

Соперничество с гигантом отрасли: конкуренция с Wal-Mart

Темы для обсуждения

ЧАСТЬ III. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ БИЗНЕСА

Глава 8. Создание устойчивых конкурентных преимуществ

Устойчивые конкурентные преимущества

Роль синергизма

Стратегическое видение и стратегический оппортунизм

Динамичное видение

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 9. Стратегические направления

Что такое эффективная стратегия бизнеса

Стратегические направления

Качество как стратегический опцион

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 10. Стратегические направления: создание ценности, фокусирование и инновационность

Ценность как стратегический опцион

Стратегии фокусирования

Инновационность

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 11. Глобальные стратегии

Мотивы глобальных стратегий

Какую страну выбрать?

Стандартизация и кастомизация

Глобальный бренд-менеджмент

Стратегические альянсы

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 12. Стратегическое позиционирование

Роль стратегического позиционирования

Варианты стратегических позиций

Разработка и выбор стратегической позиции

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Практикум (для части III)

Стратегическое репозиционирование: качество как опцион

Темы для обсуждения

Разработка и противостояние УКП и риски при достижении успеха

Темы для обсуждения

ЧАСТЬ IV. СТРАТЕГИИ РОСТА

Глава 13. Стратегии роста: проникновение на товарный рынок и его расширение, вертикальная интеграция и грандиозная идея.

Рост на существующих товарных рынках

Разработка нового товара для существующего рынка

Расширение рынка с использованием существующих товаров..

Стратегии вертикальной интеграции

Идея

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 14. Диверсификация

Родственная диверсификация

Синергетические миражи

Неродственная диверсификация

Стратегии выхода на новый товарный рынок

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Глава 15. Стратегии действий на враждебных и находящихся в стадии спада рынках

Создание условий для роста на находящихся на стадии спада рынках

Прибыльное выживание

«Доеение», или «уборка урожая»

Дивестиции или ликвидация бизнеса

Выбор правильной стратегии в фазе спада рынка

Враждебные рынки

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Практикум (для части IV)

Использование активов торговой марки

Темы для обсуждения

Создание активов торговой марки для поддержки стратегии роста

Темы для обсуждения

ЧАСТЬ V. ВНЕДРЕНИЕ

Глава 16. Организационные вопросы

Идея концептуальной схемы

Структура

Системы

Люди

Культура

Достижение стратегической конгруэнтности

Инновационная организация

Резюме стратегического рыночного управления

Главные идеи

Темы для обсуждения

Примечания

Практикум (для части V)

Планирование рискованного направления развития без внутренней поддержки

Темы для обсуждения

Приложение. Формы для планирования

Питание для домашних животных