

# ОГЛАВЛЕНИЕ

К читателям

## РАЗДЕЛ 1. НЕОБХОДИМОСТЬ, СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

- 1.1. Сущность стратегического менеджмента, его взаимосвязь со стратегическим маркетингом
  - 1.1.1. Сущность стратегического менеджмента
  - 1.1.2. История возникновения стратегического менеджмента
  - 1.1.3. Необходимость становления стратегического менеджмента в России
  - 1.1.4. Взаимосвязь стратегического менеджмента и стратегического маркетинга
  - 1.1.5. Вклад маркетинга в стратегический менеджмент
  - 1.1.6. Составляющие стратегического маркетинга
- 1.2. Особенности стратегического менеджмента
  - 1.2.1. Особенности стратегического менеджмента как комплекса стратегических решений
  - 1.2.2. Эффективность стратегического менеджмента
  - 1.2.3. Недостатки и ограничения стратегического менеджмента...
  - 1.2.4. Особенности реализации стратегических решений
  - 1.2.5. Особенности стратегического управления в некоммерческих организациях
- 1.3. Этапы стратегического менеджмента
  - 1.3.1. Укрупненный подход к выделению этапов
  - 1.3.2. Различные подходы к выделению этапов стратегического менеджмента
  - 1.3.3. Обобщающий подход к определению этапов стратегического управления и их характеристика
- 1.4. Виды стратегического управления
  - 1.4.1. Выделение видов стратегического управления
  - 1.4.2. Управление путем выбора стратегических позиций
  - 1.4.3. Управление путем ранжирования стратегических задач

1.4.4. Управление «по слабым сигналам»

1.4.5. Управление в условиях стратегических неожиданностей

Выводы

Контрольные вопросы

Тесты для самоконтроля

## РАЗДЕЛ 2. МИССИЯ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

2.1. Значение целевого начала в управлении

2.2. Формирование видения и миссии фирмы

2.2.1. Видение фирмы

2.2.2. Понятие миссии фирмы

2.2.3. Значение миссии

2.2.4. Составляющие миссии

2.2.5. Формулировка миссии

2.2.6. Процесс создания миссии

2.2.7. Возможные трудности в разработке миссии

2.3. Стратегические цели

2.3.1. Понятие цели

2.3.2. Установление целей

2.3.3. Виды целей

2.3.4. Установление долгосрочных стратегических целей

2.3.5. Совокупность целей организации и их приоритеты

2.3.6. Требования к целям

2.4. Определение стратегии

2.4.1. Понятие стратегии

2.4.2. Алгоритм разработки стратегии

2.4.3. Трудности и ошибки в работе над стратегией

2.5. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности

2.5.1. Понятие стратегических проблем и особенности их выявления

2.5.2. Специфические стратегические проблемы отраслей

Выводы

Контрольные вопросы

Тесты для самоконтроля

### РАЗДЕЛ 3. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ФИРМЫ

3.1. Анализ среды фирмы как важнейший этап стратегического менеджмента

3.2. Анализ внешней среды фирмы

3.2.1. Анализ макроокружения

3.2.2. Отраслевой и конкурентный анализ

3.2.3. Анализ микроокружения

3.3. Анализ внутренней среды фирмы

3.3.1. Управленческий анализ: понятие и особенности

3.3.2. Показатели управленческого анализа

3.3.3. Факторы внутренней среды и их оценка

3.3.4. Сильные и слабые стороны фирмы

3.3.5. Анализ организационной культуры

3.4. Комплексный анализ внешней и внутренней среды. SWOT-анализ

3.4.1. Цель и этапы ситуационного анализа

3.4.2. Оценка применяемой стратегии

3.4.3. Методология и методика SWOT-анализа

3.4.4. Стратегический стоимостный анализ

3.4.5. Оценка силы конкурентной позиции фирмы

3.4.6. Определение стратегических подходов и проблем фирмы...

3.4.7. Обобщающие выводы по ситуационному анализу

3.5. Стратегический управленческий анализ для НКО

Выводы

Контрольные вопросы

Тесты для самоконтроля

### РАЗДЕЛ 4. СТРАТЕГИИ ФИРМ, ИХ СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ

4.1. Классификация стратегий

- 4.1.1. Ключевые характеристики эффективной стратегии
- 4.1.2. Классификационные признаки стратегий
- 4.2. Базовые стратегии
- 4.3. Стратегии достижения конкурентных преимуществ
  - 4.3.1. Стратегия минимизации издержек
  - 4.3.2. Стратегия дифференциации
  - 4.3.3. Стратегия фокусирования
  - 4.3.4. Стратегия инноваций
  - 4.3.5. Стратегия оперативного реагирования
  - 4.3.6. Стратегия синергизма
- 4.4. Стратегии поведения в конкурентной среде
  - 4.4.1. Лидер рынка
  - 4.4.2. Фирма, бросающая вызов рыночному окружению
  - 4.4.3. Конкурентное поведение последователя
  - 4.4.4. Стратегия конкуренции фирм, знающих свое надлежащее место на рынке
  - 4.4.5. Стратегия конкурентного поведения фрагментарных фирм ...
- 4.5. Отраслевые стратегии
  - 4.5.1. Стратегии на стадии зарождения отрасли
  - 4.5.2. Стратегии на стадии зрелости
  - 4.5.3. Стратегии на этапе спада отрасли
  - 4.5.4. Роль и значение ключевых факторов успеха различных отраслей
- 4.6. Портфельные стратегии
  - 4.6.1. Сущность, особенности и модели анализа портфельных стратегий
  - 4.6.2. Матрица Бостонской консультационной группы
  - 4.6.3. Модифицированная матрица Бостонской консультационной группы
  - 4.6.4. Матрица портфельного анализа McKincey — General Electric
  - 4.6.5. Матрица фирмы «Arthur D. Little»
  - 4.6.6. Матрица Игоря Ансоффа
  - 4.6.7. Поле возможных стратегий Д. Абея

4.6.8. Проект PIMS

#### 4.7. Функциональные стратегии

4.7.1. Товарно-маркетинговая стратегия

4.7.2. Стратегия управления персоналом

4.7.3. Стратегия внешнеэкономической деятельности

4.7.4. Стратегия научно-технического развития и технической политики организации

Выводы

Контрольные вопросы

Тесты для самоконтроля

### РАЗДЕЛ 5. ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬТЕРНАТИВ И СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ВЫБОР

5.1. Разнообразие принципиальных позиций

5.2. Понятие и типы стратегических альтернатив

5.3. Процесс разработки стратегических альтернатив и стратегического выбора

5.4. Факторы формирования вариантов портфелей стратегий и их прогнозирование

5.4.1. Метод сильных и слабых сигналов

5.4.2. Экстраполяционные методы

5.4.3. Причинно-следственные методы

5.4.4. Субъективные методы

5.5. Роль и значение бенчмаркинга

5.6. Организационные аспекты процесса разработки стратегических альтернатив

5.7. Подходы к формированию стратегических альтернатив

5.7.1. Конкурентный стратегический подход

5.7.2. Стратегический подход на основе разработки сценариев

5.7.3. Стратегический подход на основе моделирования

5.7.4. Стратегический подход на основе «мозгового штурма»

5.7.5. Стратегический подход «Рост рынка — конкурентная позиция фирмы»

5.7.6. Стратегический подход на основе результатов SWOT-анализа

- 5.7.7. Портфельный стратегический подход
- 5.7.8. Амбициозный стратегический подход
- 5.8. Анализ эффективности вероятных портфелей стратегий
  - 5.8.1. Метод стратегических соответствий
  - 5.8.2. Функционально-стоимостный анализ
  - 5.8.3. Техничко-экономические расчеты

Выводы

Контрольные вопросы

Тесты для самоконтроля

## РАЗДЕЛ 6. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

- 6.1. Сущность стратегического планирования и его варианты
  - 6.1.1. Место стратегического планирования в управлении
  - 6.1.2. Понятие стратегического планирования
- 6.2. Типология стратегического планирования
  - 6.2.1. Характеристика форм стратегического планирования по степени неопределенности
  - 6.2.2. Характеристика форм стратегического планирования в зависимости от временной ориентации
  - 6.2.3. Характеристика форм стратегического планирования по горизонту планирования
- 6.3. Особенности стратегического планирования и его отличительные черты
- 6.4. Процесс стратегического планирования и его этапы
- 6.5. Стратегический план и его структура
  - 6.5.1. Оценка видов структур стратегического плана (отечественный опыт)
  - 6.5.2. Зарубежная практика стратегического планирования
  - 6.5.3. Российская практика стратегического планирования
  - 6.5.4. Формирования рациональной структуры стратегического плана
  - 6.5.5. Показатели стратегического плана

Выводы

Контрольные вопросы

Тесты для самоконтроля

## РАЗДЕЛ 7. БИЗНЕС-ПЛАН КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

7.1. Основы бизнес-планирования на предприятии

7.1.1. Особенности бизнес-плана

7.1.2. Понятие бизнес-плана

7.1.3. Схема процесса бизнес-планирования

7.2. Структура бизнес-плана

7.2.1. Состав, факторы и классификация бизнес-планов

7.2.2. Структура бизнес-плана инвестиционного проекта

7.2.3. Структура бизнес-плана финансового оздоровления предприятия

7.3. Содержание бизнес-плана

7.3.1. Титульный лист

7.3.2. Резюме

7.3.3. Описание предприятия и отрасли

7.3.4. Описание предлагаемой продукции

7.3.5. План маркетинга

7.3.6. Производственный план

7.3.7. Организационный план

7.3.8. Инвестиционный план

7.3.9. Финансовый план

7.3.10. Оценка риска

7.3.11. Оценка эффективности инвестиционного проекта

Выводы

Контрольные вопросы

Тесты для самоконтроля

## РАЗДЕЛ 8. РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ И КОНТРОЛЬ

8.1. Процесс реализации стратегии

8.1.1. Составляющие процесса реализации стратегии

8.1.2. Отличия от реализации долгосрочного плана

- 8.1.3. Функции управления и факторы реализации стратегии
- 8.1.4. Необходимые условия реализации стратегии
- 8.2. Стратегические изменения в организации
  - 8.2.1. Особенности управления стратегическими изменениями..
  - 8.2.2. Изменения в системе управления
  - 8.2.3. Изменения в организационной структуре
  - 8.2.4. Модификации организационных структур управления
  - 8.2.5. Изменения в организационной культуре и стиле управления
- 8.3. Выполнение основных функций управления реализацией стратегии
  - 8.3.1. Планирование реализации стратегии
  - 8.3.2. Организация стратегического управления
  - 8.3.3. Мотивация персонала организации на осуществление стратегии
  - 8.3.4. Стратегический контроль
  - 8.3.5. Стратегический контроллинг
  - 8.3.6. Оценка реализации и корректировка стратегии

Выводы

Контрольные вопросы

Тесты для самоконтроля

Глоссарий

Практические ситуации по курсу

Литература

Ответы на тесты