

Оглавление

Введение

Глава 1

Сущность и становление стратегического управления

Стратегия и стратегическое управление

Объекты, субъекты и уровни стратегического управления

Управление функционированием и развитием

Стратегическое управление в государственной службе

и в коммерческой фирме: общее и особенное

Первые стратеги — исследователи и практики

Основоположники современной теории

Выводы

ГЛАВА 2

Формирование миссии и стратегических целей

Формулировка миссии

Использование миссии в практике стратегического управления

Цели и стратегические приоритеты

Цели и критерии развития городов и регионов

Выводы

ГЛАВА 3

Стратегический анализ среды управления

Внешняя и внутренняя среда управления

СТЕР- (PEST-) и SWOT-анализы среды :

Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования

Выводы

Приложение

Пример СТЕР-анализа: город Киров

Глава 4

Анализ конкурентных преимуществ

Теории конкурентоспособности и основные конкурентные силы .

Конкурентные преимущества товаров,
организаций, стран, регионов и городов

Выводы

Приложение

Формирование и реализация конкурентных преимуществ торговой фирмы
«Спецсантехресурс» (ССТР)

ГЛАВА 5

Конкурентные стратегии

Конкурентные стратегии в условиях совершенной и несовершенной
конкуренции

Конкурентные стратегии в современных условиях глобализации
и перехода к постиндустриальному обществу

Менеджмент знания как конкурентная стратегия

Выводы

ГЛАВА 6

Портфельный анализ и стратегическая сегментация рынка

Портфельные стратегии и их анализ

Стратегическая сегментация рынка

Выводы

Ситуация для анализа

Борьба за торговую марку «Можайское молоко»

ГЛАВА 7

Маркетинговые стратегии

Маркетинговый подход в стратегическом управлении

Маркетинговые стратегии фирм: особенности, содержание, виды и
формирование

Последовательность этапов формирования маркетинговой стратегии

Маркетинговые стратегии территорий

Выводы

ГЛАВА 8

Сущность и принципы стратегического партнерства

Сущность и формы партнерства организаций

Этапы построения и принципы партнерства в экономике

Выводы

ГЛАВА 9

Стратегическое партнерство с потребителями: система CRM

Как это выглядит

Зачем это нужно потребителю?

Сущность и философия CRM

Содержание CRM

Технология, функции и инфраструктура CRM

Что меняет CRM во взаимоотношениях организации и ее клиента?

Что в перспективе для России?

Выводы

ГЛАВА 10

Стратегическое распределение функций между организациями

Динамика распределения функций и партнерство

Инсорсинг

Аутсорсинг

Сетевые организации

Оболочечные фирмы или системные интеграторы?

Франчайзинг

Международное партнерство организаций

Партнерство организаций с другими социальными институтами

Выводы

ГЛАВА 11

Стратегическое планирование

Виды планирования и их назначение в стратегическом управлении

Стратегическое планирование — центральное звено стратегического управления

Стратегическое планирование — непрерывный процесс

Стратегическое планирование инновационного проекта (пример проекта Фисоник)

Выводы

ГЛАВА 12

Бизнес-планирование в компаниях

Для чего нужен бизнес-план

Исходная информация для составления бизнес-плана

Состав бизнес-плана

Выводы

ГЛАВА 13

Стратегическое планирование в современных холдингах с участием государства

Зачем нужны современные холдинги предприятиям- участникам и государству, обществу

Холдинги в России и их стратегические решения

Стратегическое планирование в современных холдингах: практика РАО «ЕЭС России»

Выводы

Глава 14

Стратегическое планирование социально-экономического развития города и региона

Общая характеристика стратегического планирования развития города и региона

Цикл стратегического планирования развития города и региона

Упрощенная схема пошагового процесса стратегического планирования
развития города

Выводы

Приложение

Стратегия развития малого города (пример города Киржач)

ГЛАВА 15

Реализация стратегии, стратегический контроль и бенчмаркинг

Реализация стратегии

Стратегический контроль: критерии и показатели оценки

Методы контроля

Современные тенденции развития стратегического контроля

Бенчмаркинг

Выводы

Приложение

Реализация стратегии развития выставочно-ярмарочной
деятельности на примере ГУП «Сахалинский Экспоцентр»

ГЛАВА 16

Очерк истории развития и реализации идей стратегического управления

Предписывающие школы стратегий

Школы формулирования стратегии

Школа конфигурации

Кооперативные стратегии

Выводы