

Зуб, А. Т.

Стратегический менеджмент учебник для бакалавров /
А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт,
2013. — 375 с. — Серия: Бакалавр. Базовый курс.

Оглавление

Предисловие.....	6
Введение.....	8
Глава 1. Внешняя среда стратегических изменений.	26
1.1. Понимание внешней среды организации.....	26
1.2. Анализ факторов внешней среды.....	27
1.3. Анализ неопределенности организационной среды.....	34
1.4. Менеджмент в условиях неопределенности внешней среды.....	39
<i>Итоги и выводы</i>	42
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	43
Глава 2. Природа стратегических решений и стратегическое управление.	44
2.1. Стратегическая установка — миссия организации.....	44
2.2. Ключевые цели и задачи организации.....	46
2.3. Природа стратегических решений.....	47
2.4. Принятие стратегических решений.....	49
2.5. Уровни стратегического управления.....	53
2.6. Слагаемые стратегического управления.....	55
2.7. Стратегическое изменение.....	65
<i>Итоги и выводы</i>	69
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	70
Глава 3. Конкурентное окружение организации и прогнозирование его изменений.	71
3.1. Структурный анализ конкурентного окружения организации.....	71
3.2. Анализ затрат конкурентов.....	77
3.3. Стратегический групповой анализ.....	79
3.4. Общие конкурентные стратегии.....	80
<i>Итоги и выводы</i>	82
<i>Вопросы и задания для самоконтроля</i>	82
Глава 4. Анализ организационных ресурсов.	83
4.1. Компоненты внутреннего анализа.....	84
4.2. Стратегическая значимость ключевых элементов организации.....	85
4.3. Этапы процесса оценки преимуществ и недостатков.....	92
4.4. Анализ цепочки создания ценности.....	93

4.5. Использование ресурсов.....	95
4.6. Оценка внутренних ресурсов.....	96
<i>Итоги и выводы.....</i>	<i>99</i>
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>100</i>
Глава 5. Стейкхолдеры и властные отношения в стратегическом управлении.....	101
5.1. Стейкхолдеры, или группы влияния.....	101
5.2. Управление стейкхолдерами и сотрудничество с ними...	106
5.3. Стратегическое партнерство.....	122
5.4. Конфликты ожиданий стейкхолдеров.....	125
5.5. Воздействие стейкхолдеров на стратегический процесс...	130
5.6. Сущность и источники власти в стратегическом процессе.....	132
5.7. Использование власти при принятии стратегических решений.....	135
<i>Итоги и выводы.....</i>	<i>138</i>
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>139</i>
Глава 6. Стратегии роста.....	140
6.1. Возможные направления роста.....	140
6.2. Выбор стратегических альтернатив.....	146
6.3. Рост за счет внутренних средств.....	147
6.4. Типы стратегий внутреннего роста.....	148
6.5. Рост за счет внешних средств.....	155
6.6. Проблемы при диверсификации и приобретениях.....	160
<i>Итоги и выводы.....</i>	<i>162</i>
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>164</i>
Глава 7. Корпоративные стратегии слияний и поглощений.....	165
7.1. Основания для слияний и поглощений.....	167
7.2. Механизм непрерывного и прибыльного роста на основе слияний и поглощений.....	175
7.3. Основания для продажи и сопротивление поглощению...	185
7.4. Стратегии и структуры сделок слияния и поглощения...	190
<i>Итоги и выводы.....</i>	<i>205</i>
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>206</i>
Глава 8. Стратегии международного развития корпораций.....	207
8.1. Причины выбора международных стратегий.....	208
8.2. Направления международного стратегического развития.....	210
8.3. Международные стратегии и финансовое планирование.....	216
<i>Итоги и выводы.....</i>	<i>219</i>
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	<i>220</i>

Глава 9. Антикризисные стратегии корпорации.....	221
9.1. Причины спада в отрасли или компании.....	222
9.2. Признаки спада в компании.....	225
9.3. Факторы, определяющие выбор стратегии восстановления.....	226
9.4. Способы увеличения поступления денежных средств ...	229
9.5. Стратегии сокращения расходов (экономии).....	235
9.6. Стратегии поворота.....	247
9.7. Кризисный бизнес-реинжиниринг.....	249
9.8. Стратегии выхода.....	254
<i>Итоги и выводы.....</i>	261
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	263
Глава 10. Оценка стратегий и их осуществимости.	264
10.1. Сущность оценки стратегии.....	264
10.2. Критерии оценки.....	266
10.3. Оценка стратегической логики вариантов.....	268
10.4. Анализ отдачи от стратегии.....	276
10.5. Методы выбора подходящей стратегии.....	277
<i>Итоги и выводы.....</i>	278
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	279
Глава 11. Стратегии организационных изменений.	280
11.1. Преодоление сопротивления изменениям.....	281
11.2. Стратегии осуществления изменений.....	296
11.3. Стратегический континуум.....	302
<i>Итоги и выводы.....</i>	306
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	307
Глава 12. Стратегический менеджмент в некоммерческих организациях.....	308
12.1. Некоммерческие организации.....	309
12.2. Финансирование некоммерческих организаций и проблемы разработки стратегии.....	317
12.3. Структура власти в некоммерческих организациях ...	320
12.4. Особенности стратегического менеджмента в некоммерческих организациях.....	323
12.5. Стратегии осуществления муниципальных реформ....	331
<i>Итоги и выводы.....</i>	336
<i>Вопросы и задания для самоконтроля.....</i>	337
Конкретные ситуации для анализа.....	338
Литература.....	373