

Басовский Л. Е.
Современный стратегический анализ: Учебник. — М.: ИНФРА-М,
2015. — 256 с. — (Высшее образование: Магистратура).

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	3
Глава 1. Основы стратегического анализа.....	4
1.1. Ресурсы и способности.....	4
1.1.1. Роль ресурсов и способностей.....	4
1.1.2. Ресурсы фирмы.....	5
1.1.3. Способности фирмы.....	9
1.1.4. Оценка ресурсов и способностей.....	12
1.1.5. Активизация ресурсов и способностей.....	15
1.1.6. Развитие ресурсов и способностей.....	18
1.2. Организационные структуры и системы управления.....	22
1.2.1. Эволюция фирмы.....	22
1.2.2. Принципы организационной структуры.....	23
1.2.3. Иерархия.....	26
1.2.4. Построение организационной структуры.....	30
1.2.5. Альтернативные формы организационной структуры... ..	33
1.2.6. Управленческие системы координации и контроля... ..	36
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>42</i>
Глава 2. Стратегический анализ отрасли и конкуренции.....	43
2.1. Принципы анализа отрасли.....	43
2.1.1. Окружающая среда и отрасль.....	43
2.1.2. Спрос и предложение в отрасли.....	44
2.1.3. Анализ привлекательности отрасли.....	45
2.1.4. Применение анализа отраслевой структуры.....	56
2.1.5. Выявление ключевых факторов успеха.....	61
2.2. Отраслевой и конкурентный анализ.....	64
2.2.1. Развитие модели пяти сил конкуренции.....	64
2.2.2. Применение теории игр.....	66
2.2.3. Анализ конкурентов.....	69
2.2.4. Стратегический анализ при сегментации рынка.....	73
2.2.5. Анализ стратегических групп.....	77
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>78</i>
Глава 3. Анализ конкурентного преимущества.....	79
3.1. Природа и источники конкурентного преимущества.....	79
3.1.1. Задачи анализа конкурентного преимущества.....	79
3.1.2. Появление конкурентного преимущества.....	79
3.1.3. Устойчивое конкурентное преимущество.....	83
3.1.4. Конкурентное преимущество на разных рынках.....	86
3.1.5. Преимущества по издержкам и по различию.....	88

3.2. Лидерство по издержкам.....	90
3.2.1. Цели и задачи достижения лидерства по издержкам....	90
3.2.2. Экономия за счет опыта.....	91
3.2.3. Источники преимуществ по издержкам.....	92
3.2.4. Использование цепочки ценности для издержек.....	98
3.2.5. Управление сокращением издержек.....	100
3.3. Конкурентное преимущество дифференциации.....	102
3.3.1. Природа и преимущества дифференциации.....	103
3.3.2. Дифференциация спроса.....	105
3.3.3. Дифференциация предложения.....	109
3.3.4. Цепочка ценности и анализ дифференциации.....	112
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>115</i>
Глава 4. Отраслевой стратегический анализ.....	116
4.1. Эволюция отраслей.....	116
4.1.1. Жизненный цикл отрасли.....	116
4.1.2. Факторы успеха в течение жизненного цикла.....	119
4.1.3. Организационная адаптация к изменениям.....	124
4.1.4. Альтернативные подходы к анализу отраслей.....	129
4.2. Стратегия управления инновациями.....	131
4.2.1. Конкурентное преимущество в наукоемких отраслях...	132
4.2.2. Стратегии эффективного использования инноваций...	136
4.2.3. Конкуренция за стандарты.....	139
4.2.4. Применение технологических стратегий.....	143
4.3. Конкурентное преимущество в зрелых отраслях.....	147
4.3.1. Конкурентное преимущество в зрелых отраслях.....	147
4.3.2. Реализация стратегии в зрелых отраслях.....	152
4.3.3. Стратегии для угасающих отраслей.....	154
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>156</i>
Глава 5. Корпоративный стратегический анализ.....	157
5.1. Вертикальная интеграция.....	157
5.1.1. Сфера деятельности фирмы.....	157
5.1.2. Транзакционные издержки и границы фирмы.....	158
5.1.3. Издержки и выгоды вертикальной интеграции.....	159
5.2. Стратегия диверсификации.....	168
5.2.1. Диверсификация.....	168
5.2.2. Обновление тенденций диверсификации.....	169
5.2.3. Цели диверсификации.....	171
5.2.4. Конкурентное преимущество диверсификации.....	173
5.2.5. Диверсификация и эффективность.....	178
5.3. Стратегия многопрофильных фирм.....	181

5.3.1. Многопрофильные фирмы.....	181
5.3.2. Структура многопрофильной фирмы.....	182
5.3.3. Роль корпоративного управления.....	185
5.3.4. Управление корпоративным портфелем.....	186
5.3.5. Управление отдельными направлениями бизнеса.....	190
5.3.6. Управление внутренними связями.....	197
5.3.7. Новые задачи топ-менеджеров.....	203
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>205</i>
Глава 6. Интернационализация и новые тенденции стратегического анализа.....	206
6.1. Глобальные стратегии и международные фирмы.....	206
6.1.1. Интернационализация экономики.....	206
6.1.2. Анализ международной конкуренции в отрасли.....	207
6.1.3. Анализ конкурентного преимущества в условиях интернационализации.....	209
6.1.4. Международное размещение производства.....	214
6.1.5. Стратегии входа на зарубежные рынки.....	217
6.1.6. Многонациональные стратегии.....	222
6.1.7. Стратегия и организация многонациональной корпорации.....	226
6.2. Современные тенденции стратегического анализа.....	232
6.2.1. Тенденции во внешней среде.....	232
6.2.2. Новые направления в стратегическом мышлении.....	234
6.2.3. Ремоделирование организации.....	241
6.2.4. Новые способы руководства.....	247
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>249</i>
Литература.....	250