

**Стратегический менеджмент** : учебное пособие / Ю.Т. Шестопап, В.Д.Дорофеев, В.А. Дресвянников, Н.Ю. Щетинина, А.Н. Шмелёва. — М.: КНОРУС, 2013. - 320 с. - (Бакалавриат).

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>К читателям</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>Глава 1. Основные аспекты стратегического управления предприятием</b>	
1.1. Формирование новой экономической среды . . . . .	8
1.2. Сущность стратегического управления предприятием. . . . .	15
1.3. Стратегический маркетинг. . . . .	25
1.4. Общее описание предприятия «Химарм» . . . . .	28
Контрольные вопросы. . . . .	32
<b>Глава 2. Анализ внешней и внутренней среды предприятия</b>	
2.1. Характер факторов внешней среды . . . . .	33
2.2. PEST-анализ . . . . .	36
2.3. Анализ внутренней среды предприятия. . . . .	40
2.4. Анализ отрасли . . . . .	45
2.4.1. Эволюция понятия отрасли в свете новой экономики . . . . .	45
2.4.2. Схема проведения анализа отрасли. . . . .	48
2.4.3. Анализ конкурентной среды. . . . .	52
2.4.4. Движущие силы. . . . .	53
2.4.5. Конкурентная позиция основных предприятий. . . . .	57
2.4.6. Конкурентный анализ . . . . .	59
2.4.7. Ключевые факторы успеха. . . . .	62
2.4.8. Перспективы отрасли и ее общая привлекательность . . . . .	64
2.4.9. 5\ШТ-анализ . . . . .	75
2.4.10. Характеристика факторов внешней и внутренней среды . . . . .	82
Контрольные вопросы. . . . .	87
<b>Глава 3. Определение миссии предприятия и его стратегических целей</b>	
3.1. Определение миссии предприятия. . . . .	88
3.2. Система стратегических целей предприятия. . . . .	91
Контрольные вопросы. . . . .	95
<b>Глава 4. Определение стратегических альтернатив предприятия -«Химарм»</b>	
4.1. Последовательность разработки стратегических альтернатив. . . . .	96
4.2. Уточнение внешних и внутренних факторов предприятия . . . . .	96

4.2.1. Уточнение внешних факторов . . . . .	96
4.2.2. Уточнение внутренних факторов . . . . .	98
4.2.3. Оценка конкурентоспособности . . . . .	100
4.2.4. Проведение анализа портфеля бизнесов (продукции). . .	110
Контрольные вопросы . . . . .	118

## **Глава 5. Выбор стратегий предприятия**

5.1. Основы выбора стратегий . . . . .	119
5.2. Стратегии для конкуренции в новых, быстрорастущих отраслях, а также отраслях, находящихся в стадии зрелости . . . . .	119
5.3. Определение корпоративной стратегии при помощи ЗРАСЕ-анализа . . . . .	122
5.4. Формирование базовых стратегий предприятия . . . . .	131
5.5. Формирование стратегии развития . . . . .	133
5.6. Формирование специальных стратегий . . . . .	146
5.6.1. Формирование стратегии конкурентоспособности . . . . .	146
5.6.2. Формирование маркетинговой стратегии . . . . .	148
Контрольные вопросы . . . . .	168

## **Глава 6. Реализация стратегий**

6.1. Методы доводки стратегии . . . . .	169
6.2. Стратегическая программа предприятия . . . . .	170
6.3. Реструктуризация организации . . . . .	172
6.4. Стратегия и организационная структура . . . . .	179
6.5. Реструктуризация управления на основе системы динамических показателей . . . . .	186
Контрольные вопросы . . . . .	192

## **Глава 7. Стратегическое управление предприятиями в условиях нестабильного функционирования**

7.1. Основы антикризисного управления . . . . .	193
7.2. Реинжиниринг бизнес-процессов . . . . .	195
7.3. Описание бизнес-процессов . . . . .	224
7.3.1. Основные понятия . . . . .	224
7.3.2. Методологии описания бизнес-процессов . . . . .	230
7.3.3. Структура классификации процессов . . . . .	238
7.3.4. Этапы типового проекта моделирования и реорганизации бизнес-процессов организации . . . . .	258

7.3.5. Описание и анализ бизнес—процессов. Постановка целей описания бизнес-процессов. Формулирование целей проекта . . . . .	262
7.3.6. Выбор методологии описания бизнес-процессов организации. . . . .	270
7.3.7. Показатели процесса. . . . .	277
7.3.8. Управление процессом. . . . .	284
7.3.9. Применение в стратегическом менеджменте методологии и инструментальной среды АК.15. . . . .	297
Контрольные вопросы. . . . .	306
<b>Литература</b> . . . . .	<b>307</b>