

Никифорова, Л. Е.

Современный стратегический анализ: концепции, модели, инструменты : учеб. пособие / Л. Е. Никифорова, С. В. Цуриков, Е. А. Разомасова ; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. — Новосибирск : НГУЭУ, 2017. — 250 с.

Оглавление

Предисловие.....	5
Введение.....	7
Глава 1. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ — МЕТОДОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ.....	9
1.1. Стратегический менеджмент: сущность, предпосылки создания, концептуальные положения.....	9
1.2. Модели стратегического менеджмента.....	21
1.3. Ключевые компетенции организации как фактор устойчивости ее конкурентных преимуществ.....	30
1.4. Бизнес-модель и ее взаимосвязь со стратегией организации.....	40
1.5. Влияние стадии жизненного цикла организации на содержание стратегического управления.....	47
1.6. Конкурентные стратегии М. Портера.....	58
1.7. Многоуровневый процесс разработки стратегий.....	62
Глава 2. МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ.....	68
2.1. Уровни стратегического анализа внешней среды организации.....	68
2.2. PESTEL-анализ.....	69
2.3. Направления стратегического анализа отрасли/рынка.....	71
2.4. Движущие силы отрасли.....	74
2.5. Ключевые факторы успеха.....	75
2.6. Анализ конкурентного ландшафта с использованием бизнес-разведки.....	77
2.7. Карты стратегических групп.....	82
2.8. Оценка уровня нестабильности внешней среды.....	84
Глава 3. МЕТОДЫ АНАЛИЗА ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ДИАГНОСТИКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ РАЗРЫВОВ.....	88
3.1. Бенчмаркинг как основа стратегического анализа внутренней среды организации.....	88
3.2. Стратегический анализ издержек на основе цепочки ценностей М. Портера.....	91
3.3. SNW-анализ.....	95
3.4. Матрицы угроз и возможностей, профиль среды.....	98
3.5. Комплексный SWOT-анализ.....	99
3.6. Диагностика стратегических проблем.....	100
3.7. GAP-анализ как метод диагностики стратегических разрывов.....	107
3.8. Анализ стратегических ресурсов и стратегического потенциала организации.....	110
3.9. Конкурентные преимущества и конкурентная позиция организации.....	112
3.10. Уникальный конкурентный профиль организации.....	118

Глава 4. МЕТОДЫ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛИЗА.....	122
4.1. Цели и основные этапы портфельного анализа.....	122
4.2. Деловой комплексный анализ (проект PIMS).....	123
4.3. Процедура портфельного анализа.....	125
4.4. Матрица Бостонской консалтинговой группы (BCG).....	126
4.5. Стратегическая сегментация и стратегические зоны хозяйствования.....	133
4.6. Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования.....	148
4.7. Модель «Дженерал "Электрик»/«Мак-Кинси» на основе оценки привлекательности стратегических зон хозяйствования.....	152
4.8. Развитие матрицы «экран бизнеса»: модели Г. С. Дей а и Д. Д. Монисопа.....	154
4.9. Матрица АДЛ/ЛС.....	157
4.10. Модель Ч. Хофера-Д. Шэндела.....	166
4.11. Матрица «направленной политики» (DPM).....	174
4.12. Матрица анализа рынка А. А. Томпсона и А. Дж. Стрикленда.....	177
4.13. Матрица корпоративного цен тра.....	181
 Глава 5. МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬТЕРНАТИВ, ИХ ОЦЕНКИ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО СООТВЕТСТВИЯ.....	 185
5.1. Матрица И. Ансоффа «продукт-рынок» и ее модификация.....	185
5.2. Матрица Д. Абеля.....	188
5.3. Инструменты анализа стратегического соответствия.....	190
5.4. SPACE-матрица оценки стратегического положения и перспектив развития организации.....	196
5.5. Концепция семи детерминант портфеля стратегий («модель семи сил»).....	199
5.6. Оценка стратегических альтернатив.....	200
5.7. Стоимостной подход в управлении бизнес-портфелем диверсифицированной компании.....	204
5.8. Формирование рациональной структуры продуктового ассортимента.....	211
5.9. Развитие корпоративной культуры в соответствии со стратегией на основе модели «культурной сети».....	216
5.10. Разработка стратегии на основе сбалансированной системы показателей.....	230
Заключение.....	248