

**Розанова, Н. М.**

Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Розанова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 343 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

## Оглавление

<b>Предисловие</b> .....	<b>5</b>
<b>Глава 1. Управление развитием компании</b> .....	<b>9</b>
1.1. Фирма как объект управления.....	9
1.2. Конкуренция в жизни фирмы.....	13
1.3. Бизнес-план: суть и ключевые элементы.....	18
1.4. Бизнес-моделирование.....	21
<i>Кейс: эволюция бизнес-моделей в телевидении</i> .....	29
<i>Ключевые мысли главы</i> .....	42
<i>Практикум</i> .....	43
<b>Глава 2. Базовые принципы стратегического менеджмента</b> .....	<b>44</b>
2.1. Построение стратегии: ключевые идеи.....	44
2.2. Модель конструирования первоначальной стратегии.....	49
2.3. Модель развития стратегии.....	52
2.4. Стратегический процесс в компании.....	59
2.5. Стратегическое мышление в действии.....	72
<i>Ключевые мысли главы</i> .....	77
<i>Практикум</i> .....	78
<b>Глава 3. Ресурсная стратегия</b> .....	<b>79</b>
3.1. Способы приобретения ресурсов.....	79
3.2. Вертикальная интеграция.....	86
3.3. Гибридные формы интеграции.....	98
3.4. Вертикальные ограничительные контракты.....	101
<i>Кейс: анализ вертикального контроля на уровне сектора экономики: лесопромышленный комплекс</i> .....	108
<i>Ключевые мысли главы</i> .....	118
<i>Практикум</i> .....	118
<b>Глава 4. Продуктовая стратегия</b> .....	<b>120</b>
4.1. Продукт как набор характеристик.....	120
4.2. Классификация товаров.....	128
4.3. Продуктовая дифференциация.....	147
4.4. Оптимальный выбор фирмы.....	153
<i>Кейс: классификация ИТ-товаров</i> .....	154
<i>Ключевые мысли главы</i> .....	167
<i>Практикум</i> .....	167

<b>Глава 5. Ценовая стратегия.....</b>	<b>169</b>
5.1. Цена в жизни потребителя и фирмы.....	170
5.2. Фирма как ценополучатель.....	175
5.3. Ценообразование фирмы, обладающей рыночной властью.....	180
5.4. Стратегическое ценообразование.....	195
5.5. Методы конкурентного ценообразования.....	208
<i>Ключевые мысли главы.....</i>	<i>214</i>
<i>Практикум.....</i>	<i>214</i>
<b>Глава 6. Маркетинговая стратегия.....</b>	<b>216</b>
6.1. Анализ рынка.....	217
6.2. Управление спросом.....	228
6.3. Программы лояльности.....	245
6.4. Реклама и рекламные стратегии.....	268
6.5. Эффективность маркетинговых стратегий.....	274
<i>Ключевые мысли главы.....</i>	<i>276</i>
<i>Практикум.....</i>	<i>276</i>
<b>Глава 7. Инвестиционная стратегия.....</b>	<b>278</b>
7.1. Инвестиционный процесс в компании.....	279
7.2. Анализ методов оценки инвестиционных проектов.....	285
7.3. Гибкие формы выбора инвестиционной стратегии.....	302
7.4. Портфель вложений: формирование и управление.....	317
7.5. Оценка риска и риск-менеджмент.....	330
<i>Ключевые мысли главы.....</i>	<i>335</i>
<i>Практикум.....</i>	<i>336</i>
<b>Послесловие.....</b>	<b>337</b>
<b>Список деловой литературы.....</b>	<b>339</b>
<b>Новинки по дисциплине.....</b>	<b>342</b>