

Оглавление

Глава 1. Стратегический анализ в системе современного менеджмента	6
Глава 2. Методы и инструменты стратегического анализа.....	28
2.1. Анализ внешней среды организации.....	28
2.2. PEST-анализ	42
2.3. SWOT-анализ.....	47
2.4. Модель конкуренции Портера	51
2.5. Матрица «Продукт – рынок» И. Ансоффа.....	63
2.6. Матрица «Привлекательность отрасли – конкурентоспособность» (матрица General Electric (GE)/McKinsey)	71
2.7. Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ)	81
2.8. Карты стратегических групп.....	86
2.9. Бенчмаркинг	89
Глава 3. Стратегический анализ ресурсов организации	93
3.1. Ресурсный подход в стратегическом менеджменте	93
3.2. VRIO-анализ.....	96
3.3. Анализ цепочки создания ценности	109
3.4. Ключевые факторы успеха	119
Глава 4. Стратегический анализ и развитие бизнеса.....	130
4.1. Стратегия ограниченного срока службы	131
4.2. Стратегия незначительных улучшений	132
4.3. Стратегия перехода в более высокие ценовые сегменты	134
Глава 5. Стратегический анализ бизнес-процессов.....	138
5.1. Бизнес-процессы как объект управления.....	138
5.2. Система сбалансированных показателей деятельности организации	143
5.3. Ключевые показатели эффективности: разработка и использование показателей бизнес-процессов.....	149

Глава 6. Современные тенденции развития стратегического анализа ...	165
6.1. Стратегические парадоксы	165
6.2. Развитие концепции стратегических противоречий	178
Глава 7. Отраслевая специфика стратегического анализа: сфера услуг	186
Глава 8. Стратегический анализ в малом бизнесе.....	199
Глава 9. Реализация стратегии и управление организационными изменениями	213
9.1. Реализация стратегии.....	213
9.2. Стратегия как источник изменений в организации.....	216
9.3. Управление изменениями. Преодоление противодействия организационным изменениям	223
Глоссарий	230
Литература	243
Приложение 1. Влияние факторов внешней среды на деятельность российских и иностранных образовательных учреждений. Сравнительный анализ.....	247
Приложение 2. PEST-анализ	249
Приложение 3. SWOT-анализ деятельности отечественных предприятий автомобильной промышленности	251
Приложение 4. Методика анализа конкуренции по модели М. Портера.....	254
Приложение 5. Выбор стратегии по методу И. Ансоффа	260
Приложение 6. Пример построения матрицы General Electric/McKinsey	265
Приложение 7. Пример бенчмаркинга	268
Приложение 8. Исследование возможностей дифференциации	278
Приложение 9. Исследование стратегического профиля.....	281
Приложение 10. Прогнозирование в деятельности руководителя.....	287