

## Содержание

Введение. Как готовиться и сдавать экзамены и зачеты . . . . .	3
1. Что такое стратегия . . . . .	10
2. Какие факторы влияют на стратегию. . . . .	12
3. Из каких элементов состоит стратегия. . . . .	14
4. Виды стратегий . . . . .	16
5. Какие подходы используются при разработке стратегии. . . . .	19
6. Как происходит выявление и анализ стратегических проблем и формирование стратегии . . . . .	21
7. Каковы общие подходы к реализации стратегии . . . . .	24
8. Сущность стратегического управления . . . . .	25
9. Как появилось стратегическое управление . . . . .	27
10. Разновидности стратегического управления. . . . .	30
11. Концепция управления по сильным и слабым сигналам И. Ансоффа	31
12. Отличия оперативного управления от стратегического . . . . .	32
13. Как возникло стратегическое планирование . . . . .	34
14. Что такое система стратегического планирования . . . . .	36
15. Как выглядит стратегический план фирмы . . . . .	39
16. Что такое целевые комплексные программы . . . . .	41
17. Что такое бизнес-план . . . . .	43
18. Какие факторы образуют внутреннюю и внешнюю среду фирмы	46
19. В чем суть PEST-анализа макросреды . . . . .	49
20. Какие стратегические подходы к управлению фирмой могут использоваться в условиях неопределенности среды . . . . .	51
21. Что представляет собой SWOT-анализ . . . . .	53
22. Что такое товар и каковы его разновидности . . . . .	56
23. Что такое ценностная цепочка как процесс создания товара. . . .	58
24. Что такое современный рынок как объект стратегического управ- ления . . . . .	60
25. Каковы основные направления анализа рынка . . . . .	62
26. Что такое стратегическая сегментация рынка . . . . .	64
27. Стратегические типы бизнеса фирм . . . . .	66
28. Что такое концепция жизненного цикла продукта (товара). . . . .	68
29. Что такое стратегические кривые и модели, созданные на их основе . . . . .	71
30. Для чего предназначена модель Ч. Хофера — Д. Шендела . . . . .	73
31. Что такое конкуренция и какие факторы на нее влияют . . . . .	75
32. Какие виды конкуренции существуют . . . . .	78
33. Как осуществляется стратегический анализ конкурентов . . . . .	80
34. Что такое стратегические конкурентные группы . . . . .	82
35. Что такое конкурентные преимущества и какую классификацию им можно дать . . . . .	85
36. Каковы источники конкурентных преимуществ. . . . .	87

37. Подходы к завоеванию конкурентных преимуществ . . . . .	89
38. Стратегии роста . . . . .	91
39. Способы осуществления конкурентных стратегий . . . . .	94
40. Что такое ключевые факторы успеха . . . . .	96
41. Что такое стратегические способности (стержневые компетентности) . . . . .	97
42. Что такое конкурентоспособность . . . . .	99
43. Какие факторы обеспечивают конкурентоспособность фирмы. . . . .	101
44. Что такое позиционирование. . . . .	103
45. Каких стратегий позиционирования придерживаются фирмы с прочным положением на рынке . . . . .	106
46. Какие стратегии позиционирования используют слабые фирмы . . . . .	108
47. Что такое стратегическая хозяйственная зона . . . . .	110
48. Что такое стратегическая хозяйственная единица. . . . .	112
49. В чем суть портфельного анализа. . . . .	114
50. Что такое модель Бостонской консалтинговой группы . . . . .	115
51. Как происходит планирование стратегий с помощью матрицы БКГ . . . . .	119
52. Особенности модели Мак-Кинси . . . . .	120
53. Особенности матрицы компании Шелл . . . . .	123
54. Варианты корпоративных портфельных стратегий . . . . .	125
55. Стратегии внутреннего роста . . . . .	127
56. Стратегии достижения конкурентных преимуществ . . . . .	130
57. Особенности стратегии лидерства в низких издержках . . . . .	131
58. Специфика стратегии дифференциации . . . . .	134
59. Стратегия фокусирования . . . . .	136
60. Что такое ролевые рыночные стратегии . . . . .	137
61. Стратегии диверсифицированного роста . . . . .	140
62. Что такое вертикальная интеграция . . . . .	143
63. Как осуществляется стратегический анализ диверсификации . . . . .	145
64. Что такое диверсифицированная и недиверсифицированная фирма . . . . .	147
65. Что такое горизонтальная интеграция. . . . .	149
66. Как реализуются стратегии диверсификации . . . . .	151
67. Что такое стратегическая производственная интеграция и каковы ее типы . . . . .	154
68. Место отрасли в теории стратегического управления . . . . .	156
69. Направления отраслевого анализа . . . . .	159
70. Суть модели анализа отраслевой конкуренции М. Портера. . . . .	161
71. Что такое бенчмаркинг . . . . .	164
72. Особенности стратегий различных типов отраслевых фирм. . . . .	166
73. Что такое международные стратегии . . . . .	167
74. Специфика глобальной стратегии . . . . .	170
75. Особенности стратегий размещения и специализации производства . . . . .	172
76. Что такое технологические стратегии . . . . .	173
77. Особенности стратегии прибыли . . . . .	175
78. Что такое финансовая стратегия . . . . .	178
79. Разновидности стратегии привлечения финансовых средств . . . . .	179
80. В каких направлениях реализуется стратегия финансового инве- стирования . . . . .	181
81. Что такое стратегии управления рисками и обеспечения финансовой устойчивости фирмы . . . . .	183
82. Особенность стратегий ценообразования. . . . .	185
83. Какие ориентиры может иметь ценовая стратегия . . . . .	187

84. Что такое стратегия преобразований . . . . .	190
85. Основные взгляды на проблемы стратегического управления пред- ставителей школы дизайна . . . . .	192
86. Суть взглядов на стратегическое управление представителей шко- лы планирования . . . . .	193
87. Специфика взглядов на стратегическое управление представителей школы позиционирования . . . . .	195
88. Каковы взгляды на проблемы стратегического управления школы предпринимательства . . . . .	197
89. В чем отличие когнитивной школы стратегического управления .	199
90. Взгляды на стратегическое управление, которые демонстрируют представители школы обучения . . . . .	200
91. Что говорят о стратегическом управлении представители школы власти . . . . .	202
92. Суть взглядов на стратегическое управление школы культуры . . .	204
93. Что говорит о стратегическом управлении школа внешней среды	205
94. Взгляды на стратегическое управление школы конфигурации . . .	207
Вместо послесловия. Несколько слов о наиболее распространенных ошибках . . . . .	209
Список литературы, рекомендованной для углубленного изучения проблем стратегического менеджмента и написания курсовых и ди- пломных работ . . . . .	211