

Cuprins

Prefață	11
Cuvânt înainte	15

Partea I

Concepte de bază ale managementului strategic.....	17
---	-----------

Capitolul 1. Abordări moderne ale strategiei firmei	19
--	-----------

1.1. Originea și evoluția conceptului de strategie	19
1.2. Componentele strategiei	25
1.2.1. Misiunea firmei.....	25
1.2.2. Obiectivele fundamentale	26
1.2.3. Opțiunile strategice.....	29
1.2.4. Resursele.....	33
1.2.5. Termenele	35
1.2.6. Avantajul competitiv	35
1.3. Tipologia strategiilor.....	41

Capitolul 2. Management strategic – conținut, trăsături, importanță.....	57
---	-----------

2.1. Definirea și conținutul managementului strategic	57
2.2. Trăsăturile managementului strategic	60
2.2.1. Caracterul tridimensional.....	60
2.2.1.1. Dimensiunea economică.....	62
2.2.1.2. Dimensiunea socio-politică a managementului strategic	64
2.2.1.3. Dimensiunea organizațională	66
2.2.2. Managementul strategic-proces decizional complex.....	68
2.2.3. Caracterul dinamic, continuu și interactiv al managementului strategic	72
2.2.4. Caracterul prospectiv al managementului strategic	74

2.3. Niveluri strategice.....	76
2.4. Avantajele practicării managementului strategic.....	80

Capitolul 3. Managementul strategic în condițiile economiei bazate pe cunoștințe 83

3.1. Societatea cunoașterii	83
3.2. Economia bazată pe cunoștințe.....	88
3.3. Firma bazată pe cunoștințe	92
3.4. Managementul strategic în condițiile economiei bazate pe cunoștințe.....	95

Partea a II-a

Model de management strategic pentru organizațiile românești 103

Capitolul 4. Prezentarea modelului de management strategic 105

4.1. Conținutul și caracteristicile modelului de management strategic	105
4.2. Avantajele și limitele modelului de management strategic	119

Capitolul 5. Fundamentarea modelului de management strategic 123

5.1. Premisele modelului de management strategic.....	123
5.2. Modalități de fundamentare a modelului de management strategic	130
5.2.1. Analiza mediului concurențial	130
5.2.1.1. Mediul ambiant al firmei.....	130
5.2.1.2. Forțele competitive în cadrul unei industrii	137
5.2.1.3. Modele de analiză a portofoliului de activități.....	144
5.2.1.3.1. Modelul Boston Consulting Group.....	145
5.2.1.3.2. Matricea McKinsey	153
5.2.1.3.3. Matricea ADL.....	155
5.2.2. Analiza diagnostic	159
5.2.2.1. Definirea și caracteristicile diagnosticării	159
5.2.2.2. Tipologia studiilor de diagnosticare	160
5.2.2.3. Metodologia diagnosticării.....	162
5.2.3. Elaborarea studiilor de marketing.....	178

5.2.3.1. Conținut, funcții, caracteristici	178
5.2.3.2. Tipologia studiilor de marketing	180
5.2.3.3. Metodologia studiului de marketing	182
5.2.4. Realizarea studiilor ecologice	183
5.2.5. Consultarea strategiei naționale economice și a strategiilor de ramură	185

Capitolul 6. Elaborarea modelului de management strategic 187

6.1. Formularea misiunii firmei	187
6.2. Precizarea obiectivelor strategice	190
6.3. Stabilirea modalităților (opțiunilor) strategice.....	195
6.4. Dimensionarea resurselor necesare.....	196
6.5. Fixarea termenelor, inițiale și finale, de realizare a obiectivelor	198
6.6. Stabilirea avantajului competitiv	198
6.7. Articulația strategiei globale	203
6.8. Stabilirea strategiilor pe domenii (strategii parțiale)	204
6.8.1. Strategia de cercetare-dezvoltare	204
6.8.2. Strategiile funcționale de producție	205
6.8.3. Strategiile funcționale financiar-contabile.....	207
6.8.4. Strategii de marketing.....	208
6.8.5. Strategiile funcționale de personal.....	209
6.9. Formularea politicii globale și a politicilor parțiale ale firmei	214
6.10. Articulația modelului de management strategic	216

Capitolul 7. Implementarea modelului de management strategic 217

7.1. Considerații preliminare	217
7.2. Pregătirea implementării modelului de management strategic.....	220
7.2.1. Pregătirea climatului din cadrul firmei	220
7.2.2. Asigurarea premiselor tehnico – materiale, umane, financiare și informaționale	232
7.2.3. Formularea programelor necesare implementării modelului de management strategic.....	235
7.3. Remodelarea integrală sau parțială a sistemului de management.....	237
7.3.1. Reproiectarea subsistemului organizatoric	237
7.3.2. Reproiectarea subsistemului informațional	240
7.3.3. Reproiectarea subsistemului metodologic	243

7.3.4. Reproiectarea subsistemului decizional.....	243
7.3.5. Realizarea trainingului managerial	244
7.4. Operaționalizarea schimbărilor strategice preconizate	245

Capitolul 8. Evaluarea și controlul modelului de management strategic.....	247
---	------------

8.1. Evaluarea performanțelor	247
8.2. Evaluarea modelului de management strategic	250
8.3. Controlul strategic.....	257

Capitolul 9. Direcții și modalități de proliferare a managementului strategic în firmele românești	263
---	------------

9.1. Necesitatea practicării managementului strategic de către firmele românești.....	263
9.2. Tipuri de strategii recomandate pentru întreprinderile românești	265
9.3. Direcții și modalități de proliferare a managementului strategic în firmele românești	270
9.4. Crearea unui mediu ambiant favorizant practicării managementului strategic	282

Glosar.....	289
Bibliografie	323