

I. Alapok

- alapfogalmak, értelmezési keret
- érintettek (kiemelten a tulajdonosok és a menedzsment)

II. Üzleti stratégiák (a stratégiai üzleti egységek stratégiája)

A piaci és az iparági környezet elemzése

- környezetelemzés
- iparágelemzés
- versenytársak elemzése

Erőforrások és képességek

- lényegi és dinamikus képességek
- vállalatspecifikus előnyök

A SWOT-elemzés

A versenylényök elemzése, versenysztratégiák

- a költségelőny
- a megkülönböztetésből származó előny
- a porteri alapstratégiák

III. Vállalati stratégia

Az összvállalati stratégia területei

- A vállalat tevékenységi köre és a vállalati határok alakulása
- A vállalati központ és az üzleti egységek kapcsolata
- Diverzifikáció, integráció, vállalatközi kapcsolatok és vállalati hálók
- A társasági portfólió kezelése

A felelős vállalatirányítás és a vállalatkormányzás

A vállalatok nemzetközivé válása és a versenyképesség

IV. Stratégiai választás és a stratégia megvalósítása

- A stratégiai célok rendszere
- Stratégiai megközelítések, stratégia és vállalati érték
- A stratégia választás (strategic choice)
- A stratégia megvalósítása

A könyv szerkezete

A könyv szerkezetének alakításában elsősorban az oktatás logikáját tartottuk szem előtt. A tankönyvek hagyományos felépítésétől eltérően mégis egy izgalmas esettanulmánnyal kezdjük. A vállalati stratégia tárgyalását, „étvágygerjesztőnek” is szánva a további fejezetekhez. Ezt követően az első részben – a könyv 15 fejezetét 4 részbe csoportosítottuk – a legfontosabb fogalmakat, a stratégiai menedzsment folyamatát és érintettjeit tekintjük át.

A második rész a stratégiai üzleti egységek stratégiájával, más szóval az üzleti stratégiákkal foglalkozik. Bemutatjuk az üzleti stratégiák kialakításánál használható elemzési eszközöket: a piaci és iparági környezet elemzését, a vállalat erőforrásainak és képességeinek elemzését, valamint a SWOT-elemzés módszereit. Az üzleti stratégiákkal foglalkozó rész negyedik részében az alapvető versenystratégiákat, valamint a versenyelőnyök forrásait tekintjük át.

A harmadik rész az összvállalati stratégia kérdéseit tárgyalja. Elsőként a vállalati központ és a stratégiai üzleti egységek kapcsolatát, valamint a több üzleti egységből álló vállalatok stratégiai irányultságának kérdéseit mutatjuk be. Külön fejezetben tárgyaljuk a vállalat külső kapcsolatainak irányításával; a vállalatkormányzással kapcsolatos kérdéseket. Tárgyaljuk a vállalatok nemzetközivé válásának, a globalizációnak a stratégiai kihatásait, s önálló fejezetben foglalkozunk a versenyképesség fogalmával és fő tényezőivel.

A negyedik rész a stratégiai választással és a stratégia megvalósításával foglalkozik. Elvégeztük a környezeti elemzéseket, felmértük versenyelőnyeinket és stratégiai lehetőségeinket. A stratégiai menedzsment folyamatának fontos szakaszához érkezünk: elemzéseink és a vállalati célrendszerünk alapján ki kell választanunk a követendő stratégiát. Ezt a szakaszt vizsgálja a negyedik rész első fejezete: a stratégiai alternatívák értékelését, a versenystratégiai és az értéknövelő célok viszonyát, magát a stratégiai választást (strategic choice). A negyedik részben tárgyaljuk a vállalati érték fogalmát, a stratégia és a vállalati érték összefüggéseit is. A stratégiai menedzsment nemzetközi oktatási gyakorlatát követve a könyv utolsó fejezetében

röviden áttekintjük a stratégia megvalósítása során alkalmazható legfontosabb eszközöket és módszereket is. Ezt azonban csak a teljes stratégiai menedzsment folyamat érzékeltetése érdekében tesszük, a megvalósítás eszköztárának részletes bemutatása más szaktárgyak és szakkönyvek tárgya.