

Alianse strategiczne – nowy sposób konkurencji

Praca magisterska obroniona w Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Zarządzania w Warszawie. Ma 78 stron.

WSTĘP

Rozdział 1. ALIANS STRATEGICZNY JAKO SZCZEGÓLNA FORMA ZBLIŻANIA SIĘ MIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI

1.1. HISTORIA ALIANSÓW

1.2. DEFINICJA ALIANSU STRATEGICZNEGO

Rozdział 2. LOGIKA ZAWIERANIA ALIANSÓW.

2.1. TEORIE DOTYCZĄCE ALIANSÓW

2.2. EKONOMICZNE I ORGANIZACYJNE NURTY ALIANSÓW

Rozdział 3. PODSTAWOWE RODZAJE ALIANSÓW STRATEGICZNYCH

Rozdział 4. FORMY PRAWNE ZAWIERANIA I ORGANIZOWANIA ALIANSÓW STRATEGICZNYCH

Rozdział 5. ALIANSE W SEKTORZE PASAŻERSKIEGO TRANSPORTU LOTNICZEGO

5.1. PROGNOZA ROZWOJU ŚWIATOWEGO LOTNICTWA DO 2016 ROKU

5.2. NAJNOWSZY RANKING LINII LOTNICZYCH

5.3. CHARAKTERYSTYKA SEKTORA PASAŻERSKIEGO TRANSPORTU LOTNICZEGO

5.4. POROZUMIENIE PRZEWOŹNIKÓW

Rozdział 6. PREZENTACJA I ANALIZA POSZCZEGÓLNYCH ALIANSÓW

6.1. ONEWORLD – jako przykład koncentracji

6.2. STAR ALIANCE – przykład zarządzania aliansem

6.3. SKYTEAM

6.4. QUALIFLYER

ZAKOŃCZENIE

BIBLIOGRAFIA

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis