

# Poprawa konkurencyjności firm za pomocą aliansów strategicznych

64 strony, 25 pozycji w bibliografii

WSTĘP 3

ROZDZIAŁ I:

FORMY ORGANIZACYJNE I PRAWNE ALIANSÓW STRATEGICZNYCH ORAZ  
PRZYCZYNY ICH ZAWIERANIA 6

1.1 Pojęcie i historia aliansów 6

1.2 Przesłanki zawierania aliansów 10

1.3 Dostosowanie formy aliansu do zakresu działalności i celów  
partnerów 15

ROZDZIAŁ II:

ZASTOSOWANIE PROCESÓW TWORZENIA ALIANSÓW DO POPRAWY  
KONKURENCYJNOŚCI FIRM 25

2.1 Alianse jako rodzaj strategii konkurencyjnej 25

2.2 Cechy i korzyści aliansów 28

2.3 Czynniki determinujące sukces aliansu 29

2.4 Zarządzanie aliansami 34

ROZDZIAŁ III:

POLSKI KONCERN NAFTOWY – ANALIZA FIRMY I JEJ OTOCZENIA 39

3.1 Historia i otoczenie firmy 39

3.2 Produkty, towary i usługi Polskiego Koncernu Naftowego 42

3.3 Analiza SWOT 44

ROZDZIAŁ IV:

STRATEGIA ROZWOJU FIRMY NA RYNKU 50

4.1 Marka firmy 50

4.2 Kanały marketingowe 52

4.3 Promocja firmy 54

ZAKOŃCZENIE	58
SPIIS TABEL I RYSUNKÓW	61
BIBLIOGRAFIA	62

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