

Strategia dywersyfikacji produktu

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

145 stron praca mgr

WSTĘP

Rozdział 1

STRATEGIA DZIAŁANIA PRZEDSIĘBIORSTWA

1.1. Pojęcie strategii

1.2. Typy strategii zarządzania

1.3. Czynniki determinujące strategię działania przedsiębiorstwa

1.4. Cele kierunkowe przedsiębiorstwa

1.5. Formułowanie strategii działania

1.5.1. Proces formułowania strategii

1.6. Pojęcie zarządzania strategicznego

Rozdział 2

Strategia dywersyfikacji produktu

2.1. Pojęcie strategii dywersyfikacji

2.2. Przesłanki strategii dywersyfikacji

2.3. Drogi dywersyfikacji

2.4. Rodzaje dywersyfikacji

2.5. Źródła finansowania strategii dywersyfikacji

2.5.1. Dywersyfikacja opierająca się na zasobach wewnętrznych

2.5.2. Dywersyfikacja opierająca się na fuzjach i akwizycjach

ROZDZIAŁ 3

Metody portfelowe alokacji zasobów i mierniki poziomu strategii dywersyfikacji.

3.1. Metody portfelowe jako narzędzia alokacji zasobów w strategii dywersyfikacji

3.1.1. Modele opierające się na cyklu życia produktu lub przemysłu

- 3.1.2. Modele opierające się na pozycji konkurencyjnej
- 3.2. Mierniki poziomu strategii
 - 3.2.1. Wskaźnik Rumelta
 - 3.2.2. Miary opierające się na kodach statystycznych przemysłu
- 3.3. Ryzyko i zagrożenia przy wprowadzaniu strategii dywersyfikacji
 - 3.3.1. Ryzyko inwestycyjne
 - 3.3.2. Ryzyko firmy
 - 3.3.3. Ryzyko właściciela firmy

ROZDZIAŁ 4

Analiza strategiczna firmy AKITA Sp. z o.o.

- 4.1. Charakterystyka firmy AKITA
 - 4.1.1. Organizacja i struktura zatrudnienia
 - 4.1.2. Profil działalności i oferta firmy
 - 4.1.3. Specyfika działalności
- 4.2. Analiza makrootoczenia firmy
 - 4.2.1. Sytuacja na światowym i krajowym rynku elektronicznym
 - 4.2.2. Otoczenie ekonomiczne
 - 4.2.3. Otoczenie polityczne i prawne
 - 4.2.4. Otoczenie technologiczne
 - 4.2.5. Analiza luki strategicznej
- 4.3. Analiza otoczenia konkurencyjnego
 - 4.3.1. Klienci
 - 4.3.2. Konkurenci, mapa grup strategicznych
 - 4.3.3. Dostawcy
 - 4.3.4. Analiza pięcioczynnikowa M.Portera
 - 4.3.5. Punktowa ocena atrakcyjności sektora
- 4.4. Analiza potencjału firmy
 - 4.4.1. Analiza kluczowych czynników sukcesu
 - 4.4.2. Cykl życia produktu i technologii
 - 4.4.3. Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa – analiza SWOT

Rozdział 5

Budowa modelu strategii dywersyfikacji

- 5.1. „Karta plastikowa” – opis produktu
 - 5.1.1. Parametry techniczne produktu
 - 5.1.2. Zastosowanie kart plastikowych

- 5.2. Strategia przedsiębiorstwa
 - 5.2.1. Misja i wizja firmy
 - 5.2.2. Cele strategiczne
- 5.3. Plan marketingowy
 - 5.3.1. Asortyment produkcji i usług
 - 5.3.2. Klienci
 - 5.3.3. Konkurenci
 - 5.3.4. Strategia cenowa
 - 5.3.5. Dystrybucja
 - 5.3.6. Promocja
- 5.4. Plan działalności operacyjnej
 - 5.4.1. Technologia
 - 5.4.2. Nakłady inwestycyjne
 - 5.4.3. Plan ilościowy produkcji i sprzedaży
 - 5.4.4. Zaopatrzenie
- 5.5. Organizacja i struktura zatrudnienia
- 5.6. Ocena finansowa projektu
 - 5.6.1. Wartościowy plan sprzedaży
 - 5.6.2. Rachunek wyników i bilans przedsięwzięcia
 - 5.6.3. Analiza wskaźnikowa
- Zakończenie
- Bibliografia
- Spis rysunków
- Spis tabel

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