

Strategia rozwoju przedsiębiorstwa w odniesieniu do firmy Alfavita Softdrinks

UNIwersytet Opolski Kierunek: EKONOMIA / SPECJALNOŚĆ: EKONOMIKA I ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM – (68 stron)

Wstęp

Rozdział I. Strategia produktu – pojęcie i istota

1.1 Pojęcia i rodzaje strategii.

1.2. Etapy zarządzania strategicznego.

1.3. Elementy i rodzaje strategii produktu.

1.4. Wybrane metody analizy strategicznej stosowane w procesie formułowania strategii.

1.4.1 Pojęcie i zakres analizy strategicznej.

Rozdział II Wielowymiarowa analiza firmy „Alfavita Softdrinks”

2.1. Cykl życia organizacji.

2.2 Sezonowość sprzedaży.

2.3. Kanały dystrybucji.

2.4. Analiza kapitału przedsiębiorstwa.

2.5 Analiza zatrudnienia.

2.6. Analiza konkurencji według modelu M.E. Portera.

Rozdział III. Analiza strategiczna produktu.

3.1 Metoda oceny pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa.

3.2 Identyfikacja cyklu życia produktów.

3.3 Budowa macierzy wzrost / udział.

3.4 Zestaw kategorii strategicznych Petera Druckera.

3.5 Strategia produkt / rynek w układzie macierzowym.

3.6 Zakres analizy konkurencji według M.E. Portera w odniesieniu do „Alfavita Softdrinks”.

Zakończenie.

Bibliografia.

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