
CUPRINS

PARTEA I ELEMENTE TEORETICE ALE MANAGEMENTULUI STRATEGIC AL FIRMEI

CAP.1	NOȚIUNI FUNDAMENTALE PRIVIND MANAGEMENTUL STRATEGIC	12
1.1.	Definirea noțiunii de previziune	12
1.2.	Definirea noțiunii de strategie	13
1.3.	Definirea noțiunilor de politică, tactică și programe de firmă	15
1.4.	Definirea noțiunii de management strategic - delimitarea strategiei de managementul strategic	18
1.5.	Componentele strategiei de firmă	20
CAP.2	STRATEGII LA DISPOZIȚIA FIRMEI	24
2.1.	Conținutul managementului strategic	24
2.2.	Strategii generice competitive	27
2.3.	Strategii tehnologice	31
2.4.	Strategia scenariilor	33
2.5.	Strategii și tactici defensive și ofensive	36
2.6.	Strategii interindustriale	42
CAP.3	ANALIZA STRATEGIEI ȘI OPȚIUNILE STRATEGICE ALE FIRMEI	46
3.1.	Factorii mediului extern cu influență asupra organizațiilor	46
3.2.	Analiza mediului organizațional extern	57
3.3.	Analiza internă a organizației	71
3.4.	Analiza S.W.O.T.	73
3.5.	Opțiuni strategice	77

CAP.4	IMPLEMENTAREA STRATEGIEI	80
4.1.	Locul planificării strategice în elaborarea și implementarea strategiei	80
4.2.	Planificarea capacității de producție	83
4.3.	Planificarea producției industriale	88
4.4.	Planificarea necesarului de resurse umane	94
4.5.	Planul strategic de marketing	112
4.6.	Planificarea financiară strategică	126
4.7.	Planificarea costurilor de producție	138
4.8.	Analiza economico-financiară strategică	143
4.9.	Cultura organizațională în context strategic	159
CAP.5	PLANUL DE AFACERI – INSTRUMENT DE MANAGEMENT STRATEGIC	164
5.1.	Ciclul procesului de planificare strategică a afacerilor unei firme	164
5.2.	Noțiunea de „plan de afaceri”	167
5.3.	Elaborarea planului de afaceri	168
5.4.	Utilizarea planului de afaceri	172
5.5.	Etapele întocmirii planului de afaceri	173
5.6.	Cuprinsul unui plan de afaceri de succes	176
5.7.	Greșeli la întocmirea planului de afaceri	186
PARTEA a - II - a		
STUDII DE CAZ - PLANIFICAREA STRATEGICĂ A AFACERILOR FIRMEI		
CAP.6	ÎNTOCMIREA PLANULUI DE AFACERI AL FIRMEI	189
6.1.	Studiu de caz – Plan de afaceri complex. Domeniul industrial – Firmă de mărime mijlocie	189
6.1.1.	Date și informații cu caracter general	190
6.1.2.	Marketingul firmei	201
6.1.3.	Managementul firmei	202
6.1.4.	Planificarea financiară strategică	216
6.1.5.	Analiza economico-financiară a afacerii	254
6.1.6.	Eficiența managementului afacerii	266
6.1.7.	Concluzii	269

6.2.	Studiu de caz – Plan de afaceri simplificat. Domeniul comercial – Firmă mică (microfirmă)	269
6.2.1.	Conținutul studiului de caz	270
6.2.2.	Analiza SWOT. Elaborarea strategiei firmei.	271
6.2.3.	Elaborarea cuprinsului planului de afaceri	273

**CAP.7 UTILIZAREA CALCULATORULUI LA ÎNTOCMIREA
PLANULUI DE AFACERI**

7.1.	Avantajele utilizării calculatorului în planificarea afacerilor	
7.2.	Planificarea strategică și tactică cu calculatorul	

**PARTEA a - III - a
TESTE GRILĂ**

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ
