

Analiza polskiego rynku motoryzacyjnego na przykładzie wybranych firm.

Wstęp

Rozdział I

Zakres i cele analizy strategicznej.....7

- 1.1. Istota analizy strategicznej i jej rozwój
- 1.2. Cele i zakres analizy strategicznej
- 1.3. Ocena metod analizy strategicznej
- 1.4. Analiza makrootoczenia przedsiębiorstwa
- 1.5. Analiza otoczenia sektorowego i wewnętrznego przedsiębiorstwa
 - 1.5.1. Analiza firmy na tle otoczenia
 - 1.5.2. Analiza otoczenia sektorowego
 - 1.5.3. Analizy wewnętrznego potencjału firmy

Rozdział II

Rynek motoryzacyjny w Polsce

- 2.1. Historia motoryzacji w Polsce.....67
- 2.2. Przegląd rynku w Polsce
- 2.3. Polska na tle Europy
- 2.4. Produkcja lokalna i import
- 2.5. Segmentacja rynku i średnia cena sprzedaży
- 2.6. Ranking firm
- 2.7. Ranking modeli

Rozdział III

Wybrane firmy motoryzacyjne w Polsce.....82

- 3.1. Historia wybranych firm w Polsce
- 3.2. Analiza branży
- 3.3. Analiza konkurencji dla wybranych marek

Zakończenie..... 114

Bibliografia