

# **Analiza strategiczna przedsiębiorstwa na przykładzie hotelu Baranowski w Słubicach**

## **Rozdział I**

**Analiza strategiczna jako podstawa procesu zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem.**

Pojęcie analizy strategicznej przedsiębiorstwa .....5

Zakres i użytkownicy analizy strategicznej .....10

Znaczenie analizy strategicznej w procesie zarządzania przedsiębiorstwem..... 15

## **Rozdział II**

**Metodyczne aspekty analizy strategicznej.....24**

Podstawowe metody analizy makrootoczenia i otoczenia konkurencyjnego.....29

Metody analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa.....32

Sposoby oceny pozycji strategicznej przedsiębiorstwa..... 32

## **Rozdział III**

**Analiza otoczenia Hotelu Baranowski w latach 2012 – 2014.**

Ogólna charakterystyka badanego podmiotu.....42

Analiza makrootoczenia Hotelu Baranowski w Słubicach

Otoczenie konkurencyjne .....42

## **Rozdział IV**

### **Ocena potencjału i pozycji konkurencyjnej badanego podmiotu**

Analiza potencjału strategicznego firmy Hotel Baranowski w Słubicach

Ocena pozycji strategicznej badanego przedsiębiorstwa

Postulowane kierunki działań na rzecz poprawy pozycji strategicznej

**Zakończenie .....44**

**Literatura .....46**

**Spis schematów..... 48**