

Strategia wyróżniania się na rynku na przykładzie Osrodka Wczasowego.

Wstęp2

Rozdział I.

Strategia – pojecie i etapy formułowania

1.1 Pojęcie strategii i jej poziomy4

1.2 Etapy formułowania strategii..... 10

1.3. Elementy ogólnej strategii przedsiębiorstwa 17

Rozdział II.

Typ przewagi, oraz wybór obszaru konkurencji jako elementy strategii wyróżniania się na rynku

2.1. Przewaga konkurencyjna i jej źródła..... 25

2.2. Wybór obszaru konkurencji30

2.3. Strategie wyróżnienia się na rynku33

Rozdział III.

Osrodek Wczasowy Klif w Jastrzebiej Górze – charakterystyka

3.1. Otoczenie konkurencyjne firmy (klienci, dostawcy, konkurencji)..... 40

3.2. Aktualna oferta przedsiębiorstwa52

3.3. Aktualne działania strategiczne56

Rozdział IV.

Formułowanie strategii wyróżnienia się na rynku

4.1 Elementy strategii.....65

4.2 Realizacja strategii.....75

4.3 Kontrola strategiczna.....79

Zakończenie..... 83

Bibliografia84