

Strategie konkurencji jako świadomy wybór czynności zawierających szczególne mieszanki wartości w sektorze mśp na przykładzie przedsiębiorstwa xyz.

Wstęp.....2

Rozdział I.

Strategie konkurencji małych firm w teorii ekonomicznej.....4

1.1 Pojęcie konkurencyjności i jej determinanty

1.2 Przegląd strategii konkurencji przedsiębiorstwa

1.2.1 Pojęcie strategii konkurencji

1.2.2 Typologia strategii konkurencji

1.2.3 Determinanty konkurencyjności

1.3 Wybór strategii konkurencji

Rozdział II.

Elementy analizy konkurencji.....16

2.1. Analiza pięciu sił portera

2.2 Metoda grup strategicznych

2.3 Punktowa ocena atrakcyjności sektora

2.4 Analiza luki strategicznej

2.5 Analiza kluczowych czynników sukcesu

Rozdział III.

Analiza sektora mśp w Polsce.....31

3.1 Istota małych i średnich przedsiębiorstw

3.2 Skala małej przedsiębiorczości w polsce

3.3 Znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce polskiej

3.4 Źródła finansowania małych i średnich przedsiębiorstw

3.5 Bariery dla małych i średnich przedsiębiorstw

Rozdział IV.

Ocena strategii konkurencji przedsiębiorstwa x.....51

4.1 Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa x

4.2. Identyfikacja strategii konkurencji stosowane w przedsiębiorstwie x

4.3 Pozycja przedsiębiorstwa x na tle konkurencji w branży

4.4 Ocena skuteczności strategii konkurencyjności

Podsumowanie i wnioski końcowe.....70

Bibliografia

Spis tabel i rysunków

Spis treści