

Strategie konkurencji w sektorze operatorów sieci komórkowych.

Wstęp.....3

Rozdział I

Metody analizy strategicznej, jako narzędzia oceny i formułowania strategii

1.1. Pojęcie i cele analizy strategicznej.....5

1.1.1. Metody analizy makrootoczenia.....13

1.1.2. Metody analizy otoczenia konkurencyjnego.....22

1.1.3. Metody analizy strategicznej firmy.....31

1.1.4. Analiza SWOT.....35

Rozdział II.

Model konkurencji Majkela Portera na przykładzie polskich sieci mobilnych

2.1. Liderzy w zakresie usług bezprzewodowych.(ich udziały w rynku, zysk,faza zycia produktów, klienci).....39

2.2. Analiza otoczenia konkurencyjnego w oparciu o model pieciu sił Portera.....49

2.3. Instytucje publiczne/panstwowe regulujące rynek telekomunikacyjny w Polsce.....53

2.4. Zagrozenie technologiami alternatywnymi.....58

Rozdział III.

Analiza benchmarkingowa wiodacych usług w zakresie telefonii komórkowej na rynku w Polsce

3.1. Istota i znaczenie benchmarkingu.....	64
3.2. Otoczenia konkurencyjne i porównanie usług Plus, Era, Orange, Play.....	69

Zakończenie.....	75
-------------------------	-----------

Bibliografia.....	78
--------------------------	-----------

Spis tabel.....	79
------------------------	-----------

Spis wykresów.....	80
---------------------------	-----------

Spis rysunków.....	80
---------------------------	-----------