Стратегическое планирование в международной фирме

План

Введение

1 Теоретические основы стратегического планирования деятельности предприятия

1.1 Сущность стратегического планирования

1.2 Стратегическое планирование как процесс

1.3 Методы и модели стратегического планирования

2 Анализ стратегического планирования на примере

2.1 Основные показатели деятельности

2.2 Оценка элементов стратегического планирования

3 Рекомендации по совершенствованию стратегического планирования

Заключение

Список использованной литературы

# Список использованной литературы

1. Лукашевич В.В. Основы менеджмента М.2005
2. Горемыкин В.А. Планирование на предприятии М.2007
3. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Олейникова Ю.Л. Стратегическое планирование на предприятии Ростов на-Дону 2005
4. Ассэль Генри. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2001
5. Ансофф И., Новая корпоративная стратегия. СПБ.:Питер, 2005
6. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д.Школа стратегий. - СПБ.:Питер, 2000
7. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента. М.:Юнити, 2002
8. Карлофф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Пер. с англ. — М.: Экономика, 2001.
9. Портер М., Самплер Дж., Пархалад С.К. Курс МВА по стратегическому менеджменту. – М.: Изд-во «Альпина бизнес букс»,2007., с.43
10. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школа стратегий. - СПБ.:Питер, 2000.,с.17
11. Орлов А.И. Учебник по менеджменту. Ростов -на – Дону: Феникс, 2002
12. Ансофф И. Стратегическое управление / Сокр. пер. с англ.— М.: Экономика, 2001
13. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов/ Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. — М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998
14. Официальный сайт компании KPMG Europe LLP kpmg.сom
15. Финансовая отчетность за 2010, 2011 гг.
16. Кодекс корпоративной этики KPMG Europe LLP
17. Политика управления качеством услуг KPMG Europe LLP
18. Ковалев А. И., Войленко В. В. Маркетинговый анализ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Центр экон. и маркетинга, 2000
19. Егоров Л.Ю. Комплексный анализ в системе маркетинговой деятельности. – М., 2002
20. Исследование КПМГ «Предвидеть непредвиденное: увеличение стоимости бизнеса в условиях перемен» (2012 г.).