

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/89811>

Тип работы: Эссе

Предмет: Стратегический менеджмент

Содержание

Введение 3

Основная часть 4

Заключение 6

Список литературы 7

Введение

В современных условиях стремительного развития мировой экономики, международного менеджмента большое практическое применение приобретает использование различных инструментов по повышению конкурентоспособности организации, ее операционной деятельности. В их числе можно выделить такой, как стратагема, под которым принято понимать просчитанную последовательность действий, направленных на решение конкретно поставленной задачи, либо же достижение неявной цели с учетом психологических наклонностей объекта, либо других особенностей ситуации.

Хотя термин «стратагема» и использовался еще в Древней Греции, широкую известность в Западной Европе он получил благодаря книге «Стратагемы» автора Секста Юлия Фронтин. Необходимые и существенные условия для составления и успешной реализации стратагем: умение просчитывать ходы и предвидеть их возможные последствия, знание психологических особенностей тех игроков рынка, против которых нацелен план и упорство автора плана в реализации стратагемы.

Важнейший момент для создания стратагемы – высокий уровень информированности о действиях противника. При этом для получения подобного рода информации могут быть использованы многочисленные методы разведки.

Целью данного эссе является изучение особенностей данного стратегического инструмента по завоеванию конкурентного рынка, анализ сфер деятельности, где применение стратагем наиболее уместно, приведение практических примеров из практики известных компаний.

Основная часть

Для большинства российских компаний, осуществляющих международные операции, крайне остро встает вопрос по удержанию своих рыночных и конкурентных позиций. Важно вспомнить, что стратегия любой компании представляет собой комбинацию методов конкуренции и организации бизнеса, направленных на удовлетворение клиентов, укрепление положения компании и достижение организационных целей, и лежит в основе управления бизнесом, будучи комплексным планом управления. В данной связи для компании наиболее приоритетными задачами менеджмента должны стать внедрение, разработка, реализации эффективной стратегии, которая была бы основана на устойчивом конкурентном преимуществе.

Список литературы:

1. Марышкин. Д. 36 стратагем для руководителя. М - "Издательские решения" - 2017 - 48с.
2. Томпсон А. А., Стрикленд А. Д. Стратегический менеджмент. М., СПб., Киев, 2005. С. 32.
3. Шамгунова Т. Стратагемы и их применение в конкурентной борьбе.
4. 1980; Thompson A.A., Strickland A.J. Strategic Management. Concepts and Cases. 12th Edition. N. Y., 2001. Ch. 5.
5. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. N. Y.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/89811>