

Spis treści

WSTĘP.....	5
1. ZAŁOŻENIA KONCEPCJI <i>INDUSTRY 4.0</i>	11
1.1. Geneza <i>Industry 4.0</i>	11
1.2. Idea <i>Industry 4.0</i>	16
1.3. <i>Industry 4.0</i> w percepcji przedstawicieli polskich przedsiębiorstw.....	21
Wnioski	24
2. KONCEPCJA KAPITAŁU RELACYJNEGO	25
2.1. Założenia koncepcji kapitału relacyjnego.....	26
2.2. Kapitał relacyjny a kapitał społeczny	29
2.3. Uwarunkowania zarządzania relacjami w dobie <i>Industry 4.0</i>	34
Wnioski	38
3. ROZWÓJ ORGANIZACJI SIECIOWYCH.....	39
3.1. Współpraca w organizacjach sieciowych	40
3.2. Znaczenie kapitału relacyjnego w tworzeniu i rozwoju organizacji sieciowych	46
3.3. Uwarunkowania rozwoju organizacji sieciowych w dobie <i>Industry 4.0</i>	51
Wnioski	55
4. KONCEPCJA ZAANGAŻOWANIA KLIENTÓW BIZNESOWYCH W BUDOWANIE RELACJI	57
4.1. Geneza i ewolucja koncepcji BCE – od C2C do B2B.....	57
4.2. Główne założenia koncepcji BCE w świetle budowania relacji.....	61
4.3. Rozwój koncepcji BCE w dobie <i>Industry 4.0</i>	67
Wnioski	76
5. KONCEPCJA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU OPARTA NA BUDOWANIU RELACJI Z OTOCZENIEM NA PRZYKŁADZIE UNIwersytetu	78
5.1. Główne założenia koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu	79
5.2. Zarządzanie relacjami uniwersytetu czwartej generacji w świetle idei społecznej odpowiedzialności biznesu	82
5.3. Przegląd standardów dotyczących wdrażania koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu	87
Wnioski	95
PODSUMOWANIE	96
BIBLIOGRAFIA.....	101