

Spis treści

Wstęp	15
 STRATEGIE I MODELE BIZNESU W PROCESIE KREOWANIA WARTOŚCI POPRZEZ ORGANIZACJE	
Wstęp	17
 ROZDZIAŁ 1	
TEORETYCZNE I PRAKTYCZNE PRZESŁANKI ZMIAN W TREŚCI ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO	
<i>Rafał Krupski</i>	
Wstęp	21
1. Wybór super i metateorii ułatwiających opis istoty i uzasadniających potrzeby zmian teorii zarządzania strategicznego, jako teorii średniego zasięgu	22
2. Praktyka gospodarcza wyprzedza teorię zarządzania strategicznego	27
Podsumowanie	28
 ROZDZIAŁ 2	
KAPITAŁ SPOŁECZNY W KREACJI WARTOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA A JEGO MODEL BIZNESU I STRATEGIA	
<i>Adam Jabłoński</i>	
Wstęp	31
1. Kapitał społeczny przedsiębiorstwa a budowa efektywnych modeli biznesu i strategii	32
2. Kluczowe komponenty kapitału społecznego przedsiębiorstwa a wzrost jego wartości	38
3. Zarządzanie kapitałem społecznym przedsiębiorstwa w kierunku jego kreacji wartości	40
Podsumowanie	42

ROZDZIAŁ 3

ZARZĄDZANIE WARTOŚCIĄ MODELU BIZNESU 45

Marek Jabłoński

Wstęp	45
1. Wartość w biznesie – zarys problematyki	47
2. Wartość modelu biznesu a wartość przedsiębiorstwa	49
3. Pomysł na biznes – próba uchwycenia wartości	51
4. Zarządzanie wartością a wartość emocjonalna	53
Podsumowanie	55

ROZDZIAŁ 4

MODEL BIZNESU A TWORZENIE WARTOŚCI 57

Sylwester Gregorczyk

Wstęp	57
1. Definicja modelu biznesowego	58
2. Interesariusze modelu biznesowego i ich oczekiwania	63
3. Relacje pomiędzy wartościami interesariuszy modelu biznesowego	66
Podsumowanie	67

ROZDZIAŁ 5

KOOPETYCJA JAKO FENOMEN WSPÓŁPRACY

MIEDZYORGANIZACYJNEJ 71

Włodzimierz Sroka

Wstęp	71
1. Geneza i istota pojęcia kooperacji	71
2. Występowanie kooperacji	73
3. Główne rodzaje kooperacji	77
4. Kooperacja w Polsce	79
Podsumowanie	82

ROZDZIAŁ 6

RESTRUKTURYZACJA I REWITALIZACJA

W WARUNKACH KRYZYSU PRZEDSIĘBIORSTWA 87

Bogumiła Łazaj

Wstęp	87
1. Restrukturyzacja i rewitalizacja w literaturze przedmiotu	87
2. Modele biznesu i koncepcje naukowe	92
3. Tworzenie przewagi konkurencyjnej (narzędzia wspomagające)	98
Podsumowanie	100

ROZDZIAŁ 7

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU W BUDOWIE WARTOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA 103

Monika Bernacka

Urszula Jędrzejowska

Wstęp	103
1. Definicja	104
2. Procedury prawne społecznej odpowiedzialności biznesu	106
3. Rys historyczny	112
4. Istota społecznej odpowiedzialności biznesu	112
5. Społeczna odpowiedzialność biznesu w firmie Procter & Gamble ..	118
Podsumowanie	120

ROZDZIAŁ 8

IDENTYFIKACJA UWARUNKOWAŃ FUNKCJONOWANIA PODMIOTÓW W NIESTABILNYM OTOCZENIU 123

Dariusz Więcek

Wstęp	123
1. Nowa filozofia zarządzania biznesem	124
2. Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność biznesu	127
3. Społeczna odpowiedzialność biznesu	129
4. Istota kluczowych kompetencji przedsiębiorstwa	131
5. Wymóg uczenia się warunkiem funkcjonowania współczesnego biznesu w zmiennym i niestabilnym środowisku gospodarczym	136
6. Zarządzanie różnorodnością jako postulat równowagi społecznej ...	137
Podsumowanie	139

ROZDZIAŁ 9

BUDOWA PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ OPARTEJ NA INTELIGENCJI CENOWEJ W SEKTORZE USŁUG INŻYNIERSKICH 141

Tomasz Korzeniowski

1. Sektor usług inżynierskich	141
2. Strategie cenowe	143
3. Inteligencja cenowa	145
4. Podejście strategiczne – inteligencja cenowa jako składowa strategii przedsiębiorstwa	151
5. Narzędzia wspomagające strategie cenowe	154
Podsumowanie	155

ROZDZIAŁ 10

WPŁYW WYKORZYSTANIA OPROGRAMOWANIA APS NA ROZWIĄZANIA ORGANIZACYJNE PRZEDSIĘBIORSTW PRODUKCYJNYCH NA RYNKACH EUROPEJSKICH I DALEKIEGO WSCHODU 159

Adam Latocha

Wstęp	159
1. Co to jest APS i czemu służy	161
2. Jaki jest stopień wykorzystania popularności oprogramowania APS w Japonii?	161
3. Jaki jest stopień wykorzystania/popularności oprogramowania APS w Europie i w Polsce (w oparciu o badania własne)	162
4. Wnioski płynące z porównania upowszechnienia oprogramowania APS w krajach dalekiego wschodu i w Europie, w tym w Polsce	162
5. Chińska droga	163
Podsumowanie	163

STRATEGICZNY WYMIAR ZARZĄDZANIA PODMIOTAMI BANKOWYMI I FINANSAMI W PRZEDSIĘBIORSTWACH 167

Wstęp	169
-------------	-----

ROZDZIAŁ 11

WYKORZYSTANIE KONCEPCJI BANKOWOŚCI RELACYJNEJ W PROCESIE IMPLEMENTACJI ZASAD CSR ... 171

Bartosz Tomyślak

Wstęp	171
1. Zmiany na rynku usług bankowych.....	172
2. Odpowiedzialność społeczna banków komercyjnych	176
3. Zarządzanie relacjami jako przejaw odpowiedzialności	184
Podsumowanie	190

ROZDZIAŁ 12

BEZPIECZEŃSTWO BANKU, A STRATEGIE ZARZĄDZANIA RYZYKIEM KREDYTOWYM 193

Małgorzata Frej

Wstęp	193
1. Ryzyko w gospodarce	194
2. Ryzyko kredytowe i jego pomiar	198

3. Teoretyczne modele pomiaru ryzyka kredytowego	203
4. Transfer ryzyka	204
5. Monitoring kredytowy	206
Podsumowanie	208

ROZDZIAŁ 13

REBRANDING JAKO FORMA ZMIANY STRATEGII

JEDNOSTKI BANKOWEJ 211

Marcin Wróbel

Wstęp	211
1. Zarządzanie marką a koncepcje strategii organizacji	212
2. Rebranding jako narzędzie kreowania wartości banku	219
3. Przykład zmiany marki jednostki bankowej	227
Podsumowanie	232

ROZDZIAŁ 14

ZASTOSOWANIE ANALIZY DYSKRYMINACYJNEJ PRZY PROGNOZOWANIU UPADŁOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW

W BRANŻY BUDOWLANEJ 235

Magdalena Ciszewska

Wstęp	235
1. Modele J. Gajdki i D. Stosa	236
2. Zastosowanie modelu	239

ROZDZIAŁ 15

STRATEGIE ZARZĄDZANIA RYZYKIEM WALUTOWYM W PRZEDSIĘBIORSTWIE 251

Ireneusz Miciuła

Wstęp	251
1. Pojęcie ryzyka walutowego	251
2. Zarządzanie ryzykiem walutowym	255
3. Strategie zarządzania ryzykiem walutowym	257
4. Metody zarządzania w ramach odpowiednich strategii	261
Podsumowanie	269

ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI W PROCESACH KREOWANIA PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ 271

Wstęp	273
-------------	-----

ROZDZIAŁ 16

NOWOCZESNE KIEROWANIE JAKO CZYNNIK DETERMINUJĄCY KONKURENCYJNOŚĆ

PRZEDSIĘBIORSTW 275

Magdalena Kraczla

Wstęp	275
1. Pojęcia zarządzanie, kierowanie, przywództwo, liderowanie	276
2. Kierowanie jako podstawowy proces w funkcjonowaniu organizacji	277
3. Przywództwo jako najwyższa forma kierowania	279
4. Rozwój menedżera podstawą rozwoju pracowników	288
5. Nowoczesne przywództwo jako wkład w kapitał ludzki organizacji	290
Podsumowanie	292

ROZDZIAŁ 17

PATOLOGICZNE RELACJE PRZEŁOŻONY – PODWŁADNY NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH KOMÓREK ORGANIZACYJNYCH

295

Andrzej Głuchowski

Od autora	295
Wstęp	295
1. Konflikt w pracy	296
2. Niewłaściwe relacje przełożony – podwładny na przykładzie wybranych komórek organizacyjnych	297
3. Wnioski i ogólna ocena danych uzyskanych w ankiecie	312
Podsumowanie	313

ROZDZIAŁ 18

WPLYW OSOBOWOŚCI TWÓRCZYCH NA INNOWACYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW

315

Joanna Machnik-Słomka

Wioletta Ociecek

Wstęp	315
1. Charakterystyka i cechy osobowości twórczej	316
2. Rola osobowości twórczych w podnoszeniu kreatywności i innowacyjności przedsiębiorstw	321
3. TROT – Teoria Rozwoju Osobowości Twórczej jako element metody TRIZ	328
Podsumowanie	333

KSZTAŁTOWANIE RELACJI W UKŁADZIE PRZEDSIĘBIORSTWO – OTOCZENIE	335
Wstęp	335

ROZDZIAŁ 19

PODNOŚCENIE EFEKTYWNOŚCI ORGANIZACJI POPRZECZ ZASTOSOWANIE KONCEPCJI OFFSHORINGU	339
--	------------

Izabela Olszewska

Wstęp	339
1. Świadczenie zintegrowanych usług informatycznych w sieciowym modelu offshoringowym	340
2. Łańcuch wartości w dostarczaniu zintegrowanych usług informatycznych w sieciowym modelu offshoringowym	342
3. Tworzenie ceny usługi informatycznej w sieciowym modelu offshoringowym	349
4. Kształtowanie cen transferowych zintegrowanych usług informatycznych w sieciowym modelu offshoringowym	356
Podsumowanie	358

ROZDZIAŁ 20

NIUCZCIIWOŚĆ PRODUCENTÓW I SPRZEDAWCÓW WOBEC KLIENTÓW	363
--	------------

Andrzej Gluchowski

Od autora	363
Wstęp	363
1. Reklama	364
2. Normy	368
3. Opakowanie towaru	368
4. Ograniczona ilość towaru	368
5. Likwidacja sklepu i atrakcyjna sprzedaż w tzw. „krótkim okresie” ...	369
6. Wizja otrzymania prezentu	369
7. Uwzględnianie reklamacji	369
8. Serwis	370
9. Usługi indywidualne	370
Podsumowanie	371

ROZDZIAŁ 21

WYBRANE ASPEKTY RESTRUKTURYZACJI SEKTORA HUTNICZEGO	373
--	------------

Bożena Gajdzik

Wstęp	373
-------------	-----

1. Restrukturyzacja w kryzysie – istota, obszary zmian, specyfika zarządzania firmą	374
2. Kryzys i jego skutki w sektorze hutniczym	381
3. Programy oszczędnościowe hut – przykładowe działania	384
Podsumowanie	387

ROZDZIAŁ 22

PRZEDSIĘBIORSTWO W SIECI – BUDOWANIE PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ W DOBIE GLOBALIZACJI 391

Janusz Sobczyk

1. Współczesna konkurencja	391
2. Przewaga konkurencyjna	393
3. Powiązania sieciowe przedsiębiorstw	395
Podsumowanie	400

ROZDZIAŁ 23

KLASTRY JAKO DETERMINANTA BUDOWY PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ 403

Agnieszka Thuczak

Mirosława Szewczyk

Wstęp	403
1. Pojęcie i typy konkurencyjności	404
2. Charakterystyka koncepcji klastrów	405
3. Klastry w Polsce i na świecie	408
4. Współpraca i konkurowanie przedsiębiorstw w ramach klastrów	410
Podsumowanie	411

ROZDZIAŁ 24

LOGISTYCZNE SYSTEMY WSPARCIA ELEKTRONICZNYCH KANAŁÓW DYSTRYBUCJI JAKO ŹRÓDŁA TWORZENIA INNOWACYJNEJ PRZEWAGI W WARUNKACH HIPERKONKURENCJI 413

Dariusz Grabara

Wstęp	413
1. Informacja gospodarcza	414
2. Rynek elektroniczny i handel elektroniczny	415
3. Elementy elektronicznych kanałów dystrybucji	416
4. Wsparcie kanałów dystrybucji przy użyciu elektronicznych systemów logistycznych	418
Podsumowanie	423

ROZDZIAŁ 25

WYKORZYSTANIE OPAKOWAŃ PRZYJAZNYCH ŚRODOWISKU W ASPEKCIE TWORZENIA PRZEWAGI

RYNKOWEJ 427

Agata Klima

Wstęp 427

1. Pojęcie i rola opakowań w działalności gospodarczej
przedsiębiorstwa 428

2. Ekonomiczne aspekty gospodarki opakowaniami
w przedsiębiorstwie 432

3. Rozwiązania księgowe dotyczące obrotu opakowaniami oraz
rozwiązania mające na celu upowszechnienie stosowania
oznaczeń proekologicznych 436

Podsumowanie 442

ROZDZIAŁ 26

ZASTOSOWANIE SYSTEMU LMS W GRUPIE ULTIMO 445

Patrycja Piluch

Wstęp 445

1. Istota wiedzy 446

2. Zarządzanie wiedzą w organizacji 448

3. Grupa ULTIMO 451

4. System LMS i idea kształcenia na odległość 451

5. Wdrożenie systemu LMS w Grupie ULTIMO 454

6. Zastosowanie systemu LMS w Grupie ULTIMO 456

Podsumowanie 460

ROZDZIAŁ 27

ZARZĄDZANIE WIEDZĄ W ORGANIZACJACH

WIRTUALNYCH 463

Anna Szymocha

Wstęp 463

1. Organizacje przyszłości 464

2. Zarządzanie wiedzą 468

3. Informatyczna infrastruktura zarządzania dla organizacji
wirtualnych 472

Podsumowanie 478

ROZDZIAŁ 28**PRAWNE ASPEKTY ZARZĄDZANIA WŁASNOŚCIĄ
PRZEMYSŁOWĄ W PRZEDSIĘBIORSTWIE – OCHRONA
WSPÓLNOTOWYCH ZNAKÓW TOWAROWYCH 481***Andrzej Wszeborowski*

1. Prawna ochrona marki 482
2. Definicja wspólnotowego znaku towarowego 487
3. Ochrona znaków towarowych w Unii Europejskiej 489
4. Postępowania sądowe dotyczące ochrony wspólnotowych
znaków towarowych 491