

Spis treści

O autorach	9
Wstęp	11

Część I. WPROWADZENIE DO ZARZĄDZANIA

Rozdział 1.	HISTORIA ZARZĄDZANIA	13
	PODEJŚCIE KLASYCZNE	14
	Kierunek naukowego zarządzania	14
	Kierunek administracyjny	17
	PODEJŚCIE BEHAWIORALNE	19
Rozdział 2.	ZARZĄDZANIE I PRZYWÓDZTWO	25
	NA CZYM POLEGA ZARZĄDZANIE?	26
	Czym jest organizacja?	27
	KIM JEST MENEDŻER?	29
	Funkcje zarządzania	30
	Role menedżerskie	33
	Umiejętności menedżerskie	34
	KIM JEST PRZYWÓDCA?	35
	Teorie przywództwa	39
	CZYM JEST ZARZĄDZANIE I PRZYWÓDZTWO?	45
Rozdział 3.	ZARZĄDZANIE ETYCZNE I ODPOWIEDZIALNE	51
	CZYM JEST ODPOWIEDZIALNOŚĆ SPOŁECZNA?	52
	Definicje pojęcia CSR	53
	CSR a zrównoważony rozwój	60
	CZYM JEST ETYKA W BIZNESIE?	62
	Etyczne zarządzanie	63
	Struktury etyczne	66
	Etyka w kontekście międzynarodowym	69

Część II. OTOCZENIE

Rozdział 4.	OTOCZENIE I INTERESARIUSZE	75
	CO TO JEST OTOCZENIE ORGANIZACJI?	76
	Zasoby w organizacji	78
	Procesy w organizacji	81
	Równowaga organizacyjna	85
	KIM SĄ INTERESARIUSZE ORGANIZACJI?	95

Rozdział 5.	ZARZĄDZANIE INNOWACJAMI I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ ...	101
	CZYM SĄ INNOWACJE?	102
	Źródła innowacji	102
	Rodzaje innowacji	107
	CZYM JEST PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ?	116
	Organizacja przedsiębiorcza i biurokratyczna	119

Rozdział 6.	ZARZĄDZANIE MIĘDZYNARODOWE	127
	CZYM JEST HANDEL MIĘDZYNARODOWY?	128
	Rola i znaczenie organizacji międzynarodowych	128
	CZYM JEST UMIĘDZYNARODOWIENIE?	129
	Różne typy organizacji międzynarodowych	130
	Formy umiędzynarodowienia	131
	Dlaczego firmy się umiędzynarodowiają?	133
	Jak firmy się umiędzynarodowiają – model uppsalski	137
	Zarządzanie międzykulturowe	140

Część III. PLANOWANIE I ZARZĄDZANIE ZASOBAMI

Rozdział 7.	ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE	153
	CZYM JEST STRATEGIA?	154
	Zarządzanie strategiczne	155
	Jak zbudować przewagę konkurencyjną?	163
	Wyzwania związane z planowaniem strategicznym	169
	CZYM JEST ZARZĄDZANIE WARTOŚCIĄ?	173
	Proces tworzenia wartości dla producenta	173
	Zarządzanie wartością	183

Rozdział 8.	ZARZĄDZANIE WIEDZĄ	195
	CZYM JEST WIEDZA?	196
	Rodzaje wiedzy	199
	Cechy wiedzy	200
	Tworzenie wiedzy	202
	Pomnażanie wiedzy	202
	PRZEWAGA KONKURENCYJNA OPARTA NA WIEDZY	204
	Proces zarządzania wiedzą	206
	Wyzwania związane z zarządzaniem informacją i wiedzą	211
	Big Data	214

Rozdział 9.	MARKETING	221
	CZYM JEST MARKETING?	222
	Znaczenie marketingu dla organizacji	223
	E-marketing	224
	Segment rynku	225
	CO TO SĄ INSTRUMENTY MARKETINGOWE?	227
	Produkt	229
	Marka	235
	Cena	243
	Kanał dystrybucji	244
	Komunikacja marketingowa	246

Część IV. ORGANIZOWANIE I KONTROLOWANIE

Rozdział 10.	FORMALIZACJA I STRUKTURA	251
	CZYM JEST FORMALIZACJA?	252
	Normatywna teoria formalizacji	254
	CO TO JEST STRUKTURA ORGANIZACYJNA?	261
	Części składowe struktur	262
	Typy struktur	267
	Czynniki strukturotwórcze	275
	Struktura a otoczenie	281
Rozdział 11.	KULTURA ORGANIZACYJNA	287
	CZYM JEST KULTURA ORGANIZACYJNA?	288
	Piramida kultury	289

Wymiary kultury organizacyjnej	293
Skąd się bierze kultura organizacyjna?	295
Proces akulturacji	298
Funkcje kultury organizacyjnej	300
CZYM JEST ZMIANA KULTUROWA?	302
Sposoby oddziaływania na kulturę organizacyjną	305

Część V. KIEROWANIE LUDŹMI

Rozdział 12. ZARZĄDZANIE LUDŹMI

CZYM JEST ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI?	312
Sytuacja zawodowa	315
CZYM JEST MOTYWACJA?	319
Motywowanie pracowników	321
Wczesne teorie motywacji	323
Współczesne teorie motywacji	327
Instrumenty motywacji	330

Rozdział 13. ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ

CZYM JEST RÓŻNORODNOŚĆ?	340
Przeciwdziałanie dyskryminacji	341
CZYM JEST ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ?	342
Zarządzanie różnorodnością w USA	343
Zarządzanie różnorodnością w Europie	344
Zarządzanie różnorodnością w Polsce	345

Bibliografia	361
---------------------------	-----

Indeks	373
---------------------	-----