

Wstęp

Rozdział 1

Rozwój i znaczenie sektora małych i średnich przedsiębiorstw

- 1.1. Pojęcie i kryteria klasyfikacji małych i średnich przedsiębiorstw
- 1.2. Rola małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce państwa
- 1.3. Stymulatory rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw
- 1.4. Bariery wzrostu małych i średnich przedsiębiorstw
- 1.5. Ocena działalności sektora MŚP w Polsce w latach 2014-2015

Rozdział 2

Rola przywództwa i budowanie zaangażowania pracowników w małych i średnich przedsiębiorstwach

- 2.1. Pojęcie i istota przywództwa w zarządzaniu organizacją
- 2.2. Wybrane modele przywództwa
 - 2.2.1. Teoria uwarunkowań F. Fiedlera
 - 2.2.2. Koncepcja "drogi do celu"
 - 2.2.3. Model bazujący na umiejętnościach
 - 2.2.4. Przywództwo charyzmatyczne
 - 2.2.5. Przywództwo społecznie odpowiedzialne
 - 2.2.6. Sytuacyjny model przywództwa według Herseya i Blancharda
- 2.3. Zaangażowanie pracowników w MŚP
 - 2.3.1. Informacje wstępne
 - 2.3.2. Pojęcie i rodzaj pracowników wiedzy
 - 2.3.3. Istota i zakres zaangażowania organizacyjnego
 - 2.3.4. Uwarunkowania zaangażowania pracowników wiedzy

Rozdział 3

Zarządzanie marketingowe małym i średnim przedsiębiorstwem

- 3.1. Istota działalności marketingowej
 - 3.1.1. Pojęcie i ewolucja marketingu
 - 3.1.2. Funkcje marketingu
 - 3.1.3. Tradycyjne i nowoczesne ujęcie marketingu
- 3.2. Zarządzanie marketingowe przedsiębiorcy
- 3.3. Znaczenie marketingu dla konsumenta
- 3.4. Wybór rynku i produktu przez małe i średnie przedsiębiorstwa
 - 3.4.1. Analiza rynku - wybór rynku docelowego
 - 3.4.2. Kształtowanie struktury asortymentu małego i średniego przedsiębiorstwa

Rozdział 4

Znaczenie marki w budowaniu pozycji rynkowej małego i średniego przedsiębiorstwa

- 4.1. Definicje i funkcje marki
- 4.2. Klasyfikacja marek
- 4.3. Cykl życia marki
- 4.4. Budowanie wartości oraz kapitału marki małego i średniego przedsiębiorstwa
- 4.5. Atrybuty marki wpływające na wybory dokonywane przez konsumentów
 - 4.5.1. Postrzeganie jakości przez konsumentów
 - 4.5.2. Lojalność konsumentów wobec marki

Rozdział 5

Sprawozdawczość finansowa mikro, małych i średnich podmiotów gospodarczych a proces cyfryzacji w rachunkowości

- 5.1. Rola i znaczenie informacji finansowej w funkcjonowaniu przedsiębiorstw
- 5.2. Charakterystyka sprawozdań finansowych w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach
- 5.3. Ocena wykorzystania informacji finansowych stosowanych przez mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa
- 5.4. Technologie informacyjne w rachunkowości
- 5.5. Korzyści i zagrożenia związane z wdrożeniem procesu cyfryzacji

Rozdział 6

Finansowanie projektów z sektora małych i średnich przedsiębiorstw z funduszy Unii Europejskiej w latach 2014-2020

- 6.1. Zasady finansowania w okresie programowania 2014-2020
- 6.2. Rodzaje projektów w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw
- 6.3. Sektor małych i średnich przedsiębiorstw w krajowych i regionalnych programach operacyjnych
 - 6.3.1. Program Operacyjny Inteligentny Rozwój (PO IR)
 - 6.3.2. Program Operacyjny Polska Wschodnia (PO PW)
 - 6.3.3. Regionalne Programy Operacyjne

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków

O Autorach