

Spis treści

<b>O autorach</b>	<b>9</b>
<b>Wstęp</b>	<b>11</b>
<b>Część I. WPROWADZENIE DO ZARZĄDZANIA</b>	
<b>Rozdział 1. HISTORIA ZARZĄDZANIA</b>	<b>13</b>
PODEJŚCIE KLASYCZNE	14
Kierunek naukowego zarządzania	14
Kierunek administracyjny	17
PODEJŚCIE BEHAWIORALNE	19
<b>Rozdział 2. ZARZĄDZANIE I PRZYWÓDZTWO</b>	<b>25</b>
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
<b>Rozdział 3. ZARZĄDZANIE ETYCZNE I ODPOWIEDZIALNE</b>	<b>51</b>
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
<b>Część II. OTOCZENIE</b>	
<b>Rozdział 4. OTOCZENIE I INTERESARIUSZE</b>	<b>75</b>
CO TO JEST OTOCZENIE ORGANIZACJI?	76
Zasoby w organizacji	78
Procesy w organizacji	81
Równowaga organizacyjna	85
KIM SĄ INTERESARIUSZE ORGANIZACJI?	95

<b>Rozdział 5. ZARZĄDZANIE INNOWACJAMI I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ</b>	<b>101</b>
CZYM SĄ INNOWACJE?	102
Źródła innowacji	102
Rodzaje innowacji	107
CZYM JEST PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ?	116
Organizacja przedsiębiorcza i biurokratyczna	119
<b>Rozdział 6. ZARZĄDZANIE MIĘDZYNARODOWE</b>	<b>127</b>
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
<b>Część III. PLANOWANIE I ZARZĄDZANIE ZASOBAMI</b>	
<b>Rozdział 7. ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE</b>	<b>153</b>
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
<b>Rozdział 8. ZARZĄDZANIE WIEDZĄ</b>	<b>195</b>
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
<b>Rozdział 9. MARKETING</b>	<b>221</b>
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

### **Rozdział 12. ZARZĄDZANIE LUDŹMI** **311**

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** **339**

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**