

Spis treści

Wstęp	7
 Rozdział 1.	
Charakterystyka organizacji	11
1.1. Pojęcie organizacji	11
1.1.1. Ujęcia przedsystemowe	11
1.1.2. Systemowe interpretacje pojęcia organizacji	16
1.2. Model systemu działań zorganizowanych	26
1.3. Typologie organizacji	35
1.4. Organizacja przyszłości	43
 Rozdział 2.	
Zasoby nowoczesnej organizacji	50
2.1. Wiedza jako zasób organizacji	50
2.1.1. Interpretacje pojęcia wiedzy	50
2.1.2. Wiedza a informacja	58
2.1.3. Wiedza w teoriach ekonomii i zarządzania	61
2.1.4. Systemy pomiaru wiedzy	64
 Rozdział 3.	
Intuicja w działalności menedżerskiej	69
3.1. Wiedza a intuicja i emocje w podejmowaniu decyzji	69
3.2. Kwestionariusz W.H. Agora AIM – metoda badania osobistych zdolności intuicyjnych	79
3.3. Intuicyjne zdolności menedżerów – wyniki badań w organizacjach amerykańskich	85

Rozdział 4.	
Proces zarządzania strategicznego	88
4.1. Geneza zarządzania strategicznego	88
4.2. Charakterystyka procesu zarządzania strategicznego	91
4.2.1. Pojęcie i cechy zarządzania strategicznego	91
4.2.2. Etapy procesu zarządzania strategicznego	101
4.2.3. Zasady zarządzania strategicznego	110
Rozdział 5.	
Metodologia procesu formułowania i wyboru strategii	
zarządzania	114
5.1. Polityka, strategia i taktyka organizacji	114
5.2. Rodzaje strategii zarządzania	121
5.2.1. Strategie ogólne	121
5.2.2. Strategie funkcjonalne	125
5.2.3. Strategia globalna	130
5.3. Strategiczna Karta Wyników jako jedna z metod wyboru strategii	139
Rozdział 6.	
Etyka w zarządzaniu działalnością gospodarczą	144
6.1. Historia etyki w biznesie	144
6.2. Współczesne dylematy etyczne w działaniach zorganizowanych	150
6.3. Etyczny model decyzyjny	158
Zakończenie	163
Literatura	168
Spis rysunków	173
Spis tabel	174