

Wstęp
Rafał Śliwiński

Rozdział 1. Współczesny model globalizacji – konsekwencje dla strategicznego zarządzania przedsiębiorstwem międzynarodowym

Rafał Śliwiński, Magdalena Śliwińska

Wprowadzenie

- 1.1. Pojęcie i istota globalizacji
 - 1.1.1. Fazy globalizacji
 - 1.1.2. Teorie globalizacji
- 1.2. Modele globalizacji
 - 1.2.1. Modelowe ujęcie procesu globalizacji
 - 1.2.2. Model czynników kształtujących proces globalizacji
- 1.3. Strategiczny wymiar zmian jakościowych procesu globalizacji dla przedsiębiorstw międzynarodowych
 - 1.3.1. Nowe technologie
 - 1.3.2. Rola państwa
 - 1.3.3. Regulatorzy globalizacji
 - 1.3.4. Zmiany demograficzne
 - 1.3.5. Kurczące się zasoby

Zakończenie

Bibliografia

Rozdział 2. Myślenie strategiczne. Strategiczne procesy myślowe liderów przedsiębiorstw międzynarodowych

Henryk Mruk

Wprowadzenie

- 2.1. Istota myślenia strategicznego
- 2.2. Zdolności wrodzone versus wyuczone
- 2.3. Pewność siebie a myślenie strategiczne
- 2.4. Sposoby skupiania się na celu
- 2.5. Myślenie strategiczne a przedsiębiorczość
- 2.6. Logika w myśleniu strategicznym
- 2.7. Skupienie i konsekwencja
- 2.8. Zarządzanie sobą w czasie
- 2.9. Pułapki myślenia
- 2.10. Sposoby myślenia kreatywnego
- 2.11. Modele mentalne i prognozowanie
- 2.12. Kultura organizacyjna przedsiębiorstwa a myślenie strategiczne

Zakończenie

Bibliografia

Rozdział 3. Wyzwania przywództwa w dobie postępującej sztucznej inteligencji

Grzegorz Sobiecki

Wprowadzenie

- 3.1. Dynamika rozwoju systemów sztucznej inteligencji

- 3.2. Podejście strategiczne: określanie zmian w modelu biznesowym w nowej gospodarce
- 3.3. Podejście operacyjne: wdrażanie modelu biznesowego w nowej gospodarce
 - 3.3.1. Przyczyny porażek wdrożenia strategii cyfrowych
 - 3.3.2. Narzędzia lidera dla wyboru kierunku cyfryzacji firmy w modelu biznesowym
 - 3.3.3. Narzędzia lidera dla wyboru cyfrowego modelu biznesowego
 - 3.3.4. Narzędzia menedżera wdrożenia wybranego cyfrowego modelu biznesowego
- 3.4. Perspektywy stylu przywództwa. Ciężenie do przywództwa horyzontalnego
- Zakończenie
- Bibliografia

Rozdział 4. Strategiczne międzynarodowe zarządzanie zasobami ludzkimi

Jerzy Schroeder

- Wprowadzenie
- 4.1. Istota i cele strategicznego zarządzania zasobami ludzkimi
- 4.2. Strategiczna rola funkcji międzynarodowego zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwach międzynarodowych
- 4.3. Rozwój koncepcji strategicznego międzynarodowego zarządzania zasobami ludzkimi
- Zakończenie
- Bibliografia

Rozdział 5. Zarządzanie różnorodnością kulturową w przedsiębiorstwach międzynarodowych

Małgorzata Bartosik-Purgat

- Wprowadzenie
- 5.1. Różnorodność kulturowa w przedsiębiorstwie – istota oraz znaczenie
- 5.2. Różnorodność kulturowa w świetle wybranych typologii
 - 5.2.1. Wymiary kulturowe wg Trompenaarsa i Hampden-Turnera
 - 5.2.2. Wymiary kulturowe wg Hofstede
 - 5.2.3. Wymiary kulturowe wg Halla
 - 5.2.4. Typologia kulturowa wg Lewisa
 - 5.2.5. Wymiary kulturowe wg osiągnięć projektu GLOBE
- 5.3. Modele i orientacje interakcji kulturowej w przedsiębiorstwach międzynarodowych
 - 5.3.1. Model dominacji kulturowej
 - 5.3.2. Model współistnienia kulturowego
 - 5.3.3. Model współpracy kulturowej
- 5.4. Zarządzanie różnorodnością – efekty dla przedsiębiorstw
- Zakończenie
- Bibliografia

Rozdział 6. Strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwami rodzinnymi – problem sukcesji

Alicja Hadryś-Nowak

- Wprowadzenie
- 6.1. Istota przedsiębiorstw rodzinnych

6.2. Kluczowe elementy zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie rodzinnym

6.2.1. Specyfika zarządzania przedsiębiorstwami rodzinnymi

6.2.2. Sukcesja w przedsiębiorstwach rodzinnych

6.2.2.1. Obecność kobiet w przywództwie w firmach rodzinnych

6.2.2.2. Menedżerowie zewnętrzni

6.2.2.3. Budowanie marki firmy rodzinnej (branding)

Zakończenie

Bibliografia

Rozdział 7. Strategie zarządzania własnością intelektualną

Tomasz Grzegorzczuk

Wprowadzenie

7.1. Podstawowe zagadnienia prawa własności intelektualnej

7.2. Istota strategicznego zarządzania własnością intelektualną

7.3. Integracja strategii zarządzania własnością intelektualną

7.4. Strategie przedsiębiorstw – posiadaczy praw własności intelektualnej

7.4.1. Wykorzystanie siły rynkowej

7.4.2. Tajemnica przedsiębiorstwa

7.4.3. Sprzedaż

7.4.4. Licencja

7.4.5. Współpraca

7.4.6. Darowanie

7.5. Strategie przedsiębiorstw niebędących posiadaczami praw własności intelektualnej

7.5.1. Uzyskanie swobody działania na drodze sądowej

7.5.2. Rozwój alternatywnej technologii

7.5.3. Otrzymanie licencji

7.5.4. Odstraszanie

Zakończenie

Bibliografia