

Spis treści

Przewodnik po książce	11
Wprowadzenie	17
Czy nasza firma jest przygotowana na nadejście ery wiedzy?	29
1. Modele sprawnego działania	33
„Modelowy model”	35
Dlaczego model?	39
Definicja modelu	40
Uczenie się od innych	41
Wspólny język modeli	45
2. Planowanie strategiczne i operacyjne	47
Model planowania strategicznego	49
Wykorzystanie modelu planowania strategicznego	51
Model RAISE	65
Określenie potencjalnych problemów	68
Strategia komunikacji	70
3. Biznes to ludzie	75
Jak nie należy traktować ludzi	76
Rola zarządzania ludźmi	78
Zarządzanie przez wyniki pracy	83
Model motywacji	90
Cel stanowiska jako narzędzie zarządzania	97
4. Zespoły projektowe i budowa zespołu	105
Wewnętrzne mechanizmy pracy zespołowej	106
Praktyka budowy zespołu	109
Zwiększanie uprawnień pracowników	112
Decyzje poprzez konsensus	116
Jak tworzy się zespół	119
Potęga zwycięstwa	121

5. Jak być liderem w szybko zmieniającym się świecie	129
Idealny przywództwa	130
Przywództwo w działaniu	134
Przywództwo i kreatywność	136
Modele przywództwa	139
Przekazywanie zadań	145
Uczyć się od ekspertów	148
Motywacja lidera	159
Streszczenie	161
6. Rozwiązywanie problemów i podejmowanie decyzji	163
Wykorzystanie kreatywności	164
Metody rozwiązywania problemów	173
Twórcze rozwiązywanie problemów metodą synektyczną	176
Racjonalne myślenie z wykorzystaniem modelu KT	182
Streszczenie	188
7. Zarządzanie finansowe	191
Narzędzia finansowe	192
Definicje	194
Kilka ważnych wskaźników finansowych	196
Modele zarządzania finansowego	200
8. Marketing a zarządzanie	213
Marketing to sprawa wszystkich	214
Co to jest marketing	214
Strategia wyceny	219
Marketing z planem	221
Modele marketingowe	223
Cykl życia produktu	229
Strategia szkoleniowa, która pozwala oddalić fazę schyłkową	233
Ogłoszenia	234
Środki przekazu	239
Zasady oceny ogłoszeń	245
Streszczenie metod planowania marketingowego	247
9. Sprzedaż i zarządzanie sprzedażą	251
Ku nowym standardom techniki sprzedaży	252
Modele zarządzania sprzedażą	254
Kwalifikacje sprzedawcy w nowej erze biznesu	261
Psychologia motywacji nabywcy	270
Jak sprzedawać idealnemu klientowi	287

10. Zmiana kultury w świecie postindustrialnym	289
Zdegenerowana polityka firm i związane z nią ryzyko	290
Potrzeba zmiany	291
Co to jest kultura	294
Jak przeprowadzić zmianę kultury	297
Przyszłość	307
 11. Szkolenia i rozwój zawodowy	 311
Szkolenie to poważna sprawa	312
Program szkoleń i rozwoju zawodowego	319
Menedżerowie jako uczestnicy szkoleń	321
Model szkolenia naprawdę skutecznego	323
 Posłowie	 333
 Dodatek	 335
 Bibliografia	 339
 Indeks	 341