
Spis treści

Biblioteka PWSZ w Białej Podlaskiej

5250 IX CZYT.



000-005250-00-0

Wstęp	9
Literatura zalecana	20
Rozdział 1. Globalne strategie	21
1.1. Teoretyczne podstawy formułowania strategii globalnych	24
1.2. Strategie globalne a przewaga konkurencyjna przedsiębiorstwa	29
1.3. Tworzywo strategii globalnych	33
1.4. Jak zbudować skuteczną strategię globalną?	36
1.4.1. Konfigurowanie działalności przedsiębiorstwa	37
1.4.2. Alianse strategiczne	40
1.4.3. Fuzje i przejęcia	43
1.4.4. Budowanie gron	45
1.4.5. Franchising	47
1.4.6. Tworzenie nowej kultury organizacyjnej	48
1.5. Strategie konkurencji w praktyce organizacyjnej przedsiębiorstw	50
1.5.1. Strategia przywództwa kosztowego	51
1.5.2. Strategia różnicowania wyrobów	53
1.5.3. Strategia koncentracji	55
1.5.4. Strategia jakościowa	57
1.5.5. Strategia kapitału ludzkiego	59
1.5.6. Strategie innowacyjne	62
1.6. Podsumowanie	65
Literatura zalecana	67
Rozdział 2. Struktury organizacyjne przedsiębiorstwa w globalnej gospodarce	69
2.1. Globalizacja <i>ante portas</i>	76
2.2. W poszukiwaniu elastycznej struktury organizacyjnej	81
2.2.1. Struktury organizacyjne przedsiębiorstw monoproduktowych	83
2.2.2. Umiędzynarodowienie przedsiębiorstwa – od dywizjonalnych struktur organizacyjnych do struktur macierzowych	85
2.2.3. Projektowe struktury organizacyjne	96
2.3. Struktury organizacyjne przyszłości	105
2.3.1. Zmiana organizacyjna jako czynnik strukturotwórczy przedsiębiorstw globalnej gospodarki	107
2.3.2. Podstawowe koncepcje zmian	108
2.3.3. „Odnawianie” struktur organizacyjnych	109
2.3.4. Koncepcja „przedsiębiorstwa odchudzonego”	111

2.4. Struktury sieciowe	113
2.4.1. Składowe struktury sieciowej	114
2.4.2. Konstrukcja przedsiębiorstwa – sieci	117
2.4.3. Funkcjonowanie przedsiębiorstwa – sieci	119
2.5. Podsumowanie	121
Literatura zalecana	123
Rozdział 3. Zarządzanie wiedzą i kapitałem intelektualnym	125
3.1. Gospodarka oparta na wiedzy	126
3.1.1. Od danych do wiedzy – wiedza jako kapitał w przedsiębiorstwie	127
3.1.2. Wiedza w przedsiębiorstwie – cechy, źródła i rodzaje	129
3.2. Organizacja oparta na wiedzy	131
3.3. Wykorzystanie wiedzy w przedsiębiorstwie	133
3.3.1. Rozwijanie wiedzy w przedsiębiorstwie	134
3.3.2. Dyfuzja wiedzy w przedsiębiorstwie	136
3.3.3. Wpływ wiedzy na zarządzanie przedsiębiorstwem	139
3.4. Zarządzanie wiedzą w praktyce organizacyjnej przedsiębiorstwa	141
3.4.1. Bariery pozyskiwania oraz implementowania wiedzy	142
3.4.2. Czynniki sprzyjające powstawaniu i wykorzystywaniu wiedzy w przedsiębiorstwie	145
3.4.2. Wymiana wiedzy między przedsiębiorstwami partnerskimi	149
3.5. Człowiek w zarządzaniu wiedzą oraz jego rola i znaczenie – perspektywa strategiczna	153
3.5.1. Pracownicy i ich kompetencje w zarządzaniu wiedzą	153
3.5.2. Menedżerowie wiedzy w przedsiębiorstwie na globalnym rynku	156
3.5.3. Kapitał intelektualny – próba identyfikacji i pomiaru	159
3.6. Podsumowanie	164
Literatura zalecana	166
Rozdział 4. Elastyczne systemy pracy	168
4.1. Elastyczność pracy	169
4.2. Klasyczne formy pracy	172
4.3. Podstawy prawne zatrudnienia – stosunki pracy	175
4.3.1. Umowa o pracę	177
4.3.2. Niepracownicze stosunki pracy	181
4.4. Inne elastyczne formy pracy	189
4.4.1. Wypożyczanie pracowników – nowe spojrzenie na zarządzanie zasobami ludzkimi	189
4.4.2. Telepraca	193
4.4.3. Praca w niepełnym wymiarze czasu pracy	198
4.4.4. Samozatrudnienie i outsourcing atrybutem pracy zewnętrznej	204
4.5. Ekonomiczność elastycznych systemów pracy	208
4.6. Podsumowanie	214
Literatura zalecana	215
Rozdział 5. Biznes elektroniczny	217
5.1. Gospodarka w sieci	219
5.1.1. Architektura i możliwości sieci	223
5.1.2. Wirtualna gospodarka	226
5.2. Internet – narzędzie globalnego przedsiębiorstwa	232
5.2.1. Wirtualne obszary aktywności przedsiębiorstwa	232
5.2.2. Internet w przedsiębiorstwie i jego konsekwencje dla otoczenia	235
5.3. Globalny biznes a łańcuch wartości przedsiębiorstwa	239

5.4. Perspektywy rozwoju biznesu elektronicznego	251
5.5. Podsumowanie	255
Literatura zalecana	257
Rozdział 6. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa	258
6.1. Etyka w działalności przedsiębiorstwa globalnej gospodarki	261
6.2. Znaczenie reputacji w kreowaniu wizerunku przedsiębiorstwa na globalnym rynku . .	264
6.3. Społeczne wyzwania globalnych przywódców	272
6.4. Ekologiczne aspekty odpowiedzialności społecznej w działalności przedsiębiorstwa na globalnym rynku	275
6.5. Działania proekologiczne w kreowaniu działalności przedsiębiorstwa w globalnej gospodarce	280
6.6. Finansowy wymiar działalności przedsiębiorstwa na globalnym rynku a odpowiedzialność społeczna	285
6.7. Podsumowanie	292
Literatura zalecana	293
Zakończenie	295
Literatura zalecana	300
Bibliografia	301
Indeks rzeczowy	309

