

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział I. Koncepcja zarządzania uwagą	
– <i>M. Aluchna, M. Pindelski, R. Mrówka, T. Oblój</i>	11
1. Geneza koncepcji gospodarki uwagi	11
1.1. Tradycyjna gospodarka materialna	11
1.2. Gospodarka niematerialna	13
2. Charakterystyka gospodarki uwagi	16
2.1. Główne cechy gospodarki uwagi	16
2.2. Ekonomiczne aspekty gospodarki uwagi	19
3. Gospodarka uwagi a świat organizacji	23
3.1. Definicja gospodarki uwagi na potrzeby badań	23
3.2. Zarządzanie uwagą w praktyce – studia przypadków	26
3.2.1. Uwaga zewnętrzna	26
3.2.2. Uwaga wewnętrzna – przypadek Japan Railways West (JR West)	29
3.3. Skutki dla organizacji	34
Rozdział II. Zarządzanie uwagą w kontekście dorobku teorii zarządzania	
– <i>M. Aluchna, M. Pindelski, R. Mrówka, B. Mierzejewska</i>	39
1. Modelowe ujęcie miejsca zarządzania uwagą	39
2. Formułowanie strategii	40
2.1. Synergiczne myślenie kierunkowe	40
2.2. Formułowanie celów strategicznych	43
2.3. Przenoszenie strategii na grunt operacji	46
2.4. Rola zarządów w realizacji celów strategicznych	48
3. Zarządzanie wiedzą	51
3.1. Wprowadzenie	51
3.2. Nowe warunki – nowe wyzwania	53
3.3. Dlaczego firma może potrzebować strategii zarządzania wiedzą	54
3.4. Strategia biznesowa firmy	56
3.5. Formułowanie strategii zarządzania wiedzą	59
3.6. Elementy strategii zarządzania wiedzą	61
3.7. Strategie personalizacji a strategie kodyfikacji	64

3.8. Obszary zarządzania wiedzą	67
3.9. Pomiar efektów realizacji strategii zarządzania wiedzą	70
3.10. Przełożenie celów strategicznych na cele zarządzania wiedzą	72
4. <i>Public relations</i>	72
 Rozdział III. Zarządzanie uwagą w polskich przedsiębiorstwach	
– <i>M. Aluchna, B. Mierzejewska</i>	77
1. Empiryczna weryfikacja koncepcji zarządzania uwagą	77
2. Badanie jakościowe – studia przypadków	79
2.1. Przebieg badania	79
2.2. Metodologia i hipotezy badania	81
2.3. Uzyskane wyniki	82
2.4. Studia przypadków	86
3. Badanie kwestionariuszowe – opinie menedżerów	106
3.1. Przebieg i metodologia działania	106
3.2. Uzyskane wyniki	106
 Podsumowanie	 115
Bibliografia	116
Załącznik 1	119
Załącznik 2	140