

# SPIS TREŚCI

<b>Wprowadzenie</b>	<b>9</b>
<b>Rozdział 1</b>	
<b>Przedsiębiorstwo w burzliwym otoczeniu</b>	<b>17</b>
1. Otoczenie i jego komponenty	17
2. Działania w zróżnicowanym otoczeniu	23
<b>Rozdział 2</b>	
<b>Wymagania rynku i zmiany w marketingu</b>	<b>31</b>
1. Integracja produkcji i marketingu	31
2. Marketing symultaniczny	33
3. Marketing dla klienta	36
4. Kierunki marketingowego działania	37
5. Wychodzenie z nowym produktem na rynek	45
6. Doskonalenie jakości produktu	46
7. Doskonalenie systemu dystrybucji	50
<b>Rozdział 3</b>	
<b>Nasilanie się konkurencji w sektorze</b>	<b>55</b>
1. Kreatywna funkcja konkurencji	55
2. Konkurencja w sektorze działania firmy	59
3. Działania wobec konkurencji	68
<b>Rozdział 4</b>	
<b>Troska o wizerunek własny</b>	<b>73</b>
1. Wizerunek firmy i jego funkcje	73
2. Wizerunek a tożsamość firmy	76
3. Komunikowanie się z otoczeniem i prezentowanie firmy	82
4. Promowanie firmy	84
<b>Rozdział 5</b>	
<b>Zmiany i innowacje w działalności przedsiębiorstwa</b>	<b>93</b>
1. Przesłanki i rodzaje zmian w firmie	93
2. Adaptacja do zmian w otoczeniu	98
3. Logika rozwoju przedsiębiorstwa	99
4. Działania aktywne i przedsiębiorcze	105
<b>Rozdział 6</b>	
<b>Przekształcanie struktury organizacji i systemu pracy</b>	<b>115</b>
1. Dopasowywanie firmy do otoczenia	115
2. Doskonalenie systemu organizacji	117
3. Spłaszczanie struktur organizacyjnych i zwiększanie ich elastyczności	119
4. Odchudzanie organizacji	123

5. Imperatywy doskonalenia organizacji	125
6. Kierunki i sposoby uatrakcyjniania pracy	128
<b>Rozdział 7</b>	
<b>Innowacje, ich rodzaje i klasyfikacja</b>	<b>141</b>
1. Istota innowacji	141
2. Rodzaje innowacji	144
3. Innowacje produktowe	148
<b>Rozdział 8</b>	
<b>Źródła innowacji i proces innowacyjny</b>	<b>157</b>
1. Źródła pozyskiwania innowacji	157
2. Procesy innowacyjne w gospodarce	164
3. Proces innowacyjny w przedsiębiorstwie	171
<b>Rozdział 9</b>	
<b>Zmiany radykalne i strategiczne</b>	<b>179</b>
1. Zmiany nieuniknione i potrzebne	179
2. Zmiany strategiczne	183
3. Warunki kreowania zmian strategicznych	188
<b>Rozdział 10</b>	
<b>Reorganizacja procesów działania</b>	<b>213</b>
1. Istota i cechy reengineeringu	213
2. Implikacje wprowadzania reengineeringu	220
3. Bariery wprowadzania reengineeringu	223
4. Warunki powodzenia reengineeringu	227
<b>Rozdział 11</b>	
<b>Restrukturyzacja i reorientacja firmy</b>	<b>237</b>
1. Strategiczne przeobrażenia firmy	237
2. Procesy prywatyzacji i ich wymiar strategiczny	241
3. Przyszłość restrukturyzacji	247
<b>Rozdział 12</b>	
<b>Reakcje na zmiany w organizacji</b>	<b>261</b>
1. Reakcje ludzi na zmiany w organizacji	261
1.1. Menedżerowie wobec zmiany	265
1.2. Pracownicy wobec zmiany	273
1.3. Reakcje organizacji na zmiany	282
<b>Rozdział 13</b>	
<b>Strategia i taktyka wprowadzania zmian</b>	<b>293</b>
1. Wizja zmian i strategia jej realizacji	293
2. Przewycięzanie oporu i sterowanie zmianami	309
<b>Zakończenie</b>	<b>333</b>