

Wstęp 13

Prof. zw. dr hab. Jerzy Schroeder 17

Prof. zw. dr hab. Henryk Mruk 19

Część I

Uwarunkowania współpracy międzynarodowej w erze globalizacji

Rozdział 1

Wpływ filarów konkurencyjności na pozycję konkurencyjną gospodarki Polski i krajów GW-4 w okresie poakcesyjnym - Edward Molendowski, Paweł Folfas 23

1.1. Istota i metody pomiaru międzynarodowej konkurencyjności gospodarki 24

1.2. Zmiany pozycji konkurencyjnej Polski na tle krajów GW-4 26

1.3. Czynniki wpływające na pozycję konkurencyjną Polski na tle krajów GW-4 28

1.3.1. Zmiany wartości wskaźników wg Global Competitiveness Report 28

1.3.2. Wpływ poszczególnych czynników - analiza statystyczna 29

Bibliografia 35

Rozdział 2

Uwagi o konkurencyjności gospodarek doganiających w dobie globalizacji - Elżbieta Czarny, Małgorzata Żmuda 37

2.1. Wewnętrzne ograniczenia rozwojowe gospodarek doganiających jako przeszkoda w budowaniu międzynarodowej pozycji konkurencyjnej 38

2.2. Udział gospodarek doganiających w gospodarce globalnej jako szansa przezwyciężenia naturalnych barier rozwojowych 40

2.3. Liberalizacja wymiany handlowej i przepływu czynników produkcji 43

2.4. Rozwój globalnych łańcuchów wartości 44

Bibliografia 47

Rozdział 3

Wyzwania w relacjach handlowych Republiki Południowej Afryki z Unią Europejską w XXI w. - Małgorzata Czermińska, Joanna Garlińska-Bielawska 49

3.1. Stosunki handlowe Unii Europejskiej z Republiką Południowej Afryki 50

3.2. Główne wyzwania w negocjacjach Umowy o Handlu, Rozwoju i Współpracy (Trade, Development and Cooperation Agreement, TDCA) 52

3.3. Zmiany warunków prowadzenia handlu RPA z Unią Europejską wprowadzone przez SADC EPA - korzystniejsze rozwiązania czy nowe trudności? 55

Bibliografia 60

Rozdział 4

Indo-Azja-Pacyfik - instytucjonalizacja współpracy - Andżelika Kuźnar, Jerzy Menkes 63

4.1. Punkt wyjścia i ramy analizy 64

4.2. Pivot do Azji, powrót do Ameryki, odwrót od neoizolacjonizmu - czyli meandry polityki USA 66

4.3. Indo-Pacyfik - region lub instytucja 68

4.4. Instytucjonalizacja współpracy regionalnej 69

4.5. Reaktywność polityki USA 72

Bibliografia 73

Rozdział 5

Interakcje i współpraca w systemie innowacyjnym - Zdzisław W. Puślecki 75

5.1. System innowacyjny a proces innowacyjny 76

5.2. System innowacyjny w kreacji konkurencyjności 78

5.3. Alianse technologiczne, komplementarne i addytywne oraz konsorcja badawczo-rozwojowe 83
Bibliografia 86

Rozdział 6

Polityka innowacyjna a systemy innowacji w Unii Europejskiej - Marzenna Anna Weresa 87

6.1. Systemy innowacji a polityka innowacyjna - wzajemne zależności 88

6.2. Polityka gospodarcza oparta na naukowych podstawach - przegląd literatury przedmiotu 89

6.3. Rola nauki w procesie tworzenia polityki innowacyjnej w Unii Europejskiej 91

Bibliografia 96

Rozdział 7

Udział krajów grupy BRICS i Unii Europejskiej w światowym handlu towarowym - Tadeusz Sporek 99

7.1. Wpływ czynnika surowcowego na kształtowanie gospodarki wybranych krajów BRICS, UE i USA 100

7.2. Znaczenie instytucji finansowych we współpracy międzynarodowej - Nowy Bank Rozwoju i Rezerwowy Fundusz Walutowy grupy BRICS 103

7.3. Najważniejsze ustalenia na wybranych szczytach przywódców grupy G-20 w latach 2008-2017 104

7.4. Udział krajów grupy BRICS w światowym handlu towarowym 106

Bibliografia 109

Rozdział 8

Brexit a potencjał badawczo-rozwojowy Unii Europejskiej w gospodarce globalnej - Anna Odrobina 111

8.1. Architektura globalnych nakładów badawczo-rozwojowych 112

8.2. Zmiany pozycji UE w globalnych B+R wskutek brexitu 114

8.3. Brexit a pozycja unijnych korporacji w B+R 116

Bibliografia 120

Rozdział 9

Problem dezintegracji we współczesnej gospodarce światowej - przypadek brexit - Kazimierz Starzyk 123

9.1. Istota dezintegracji w świetle teorii 124

9.2. Motywy i modele dezintegracji w świetle doświadczeń historycznych 125

9.3. Przebieg i rezultaty negocjacji 127

9.4. Brexit a problem granicy brytyjsko-unijnej 129

Bibliografia 131

Rozdział 10

Dostęp do wody a sprzeczność interesów w gospodarce światowej - Adam Budnikowski 133

10.1. Dostępność wody w świecie 134

10.2. Przyczyny konfliktów międzynarodowych dotyczących możliwości korzystania z zasobów wody i możliwości ich rozwiązywania 135

10.3. Międzynarodowe konflikty dotyczące korzystania z wody powierzchniowej 137

10.4. Międzynarodowe różnice w intensywności użytkowania zasobów wody jako podłoże konfliktów 139

10.5. Popyt na wodę a handel międzynarodowy 141

Bibliografia 146

Rozdział 11

Globalizacja 4.0 - Rafał Śliwiński 149

11.1. Stary model globalizacji 151

11.2. Nowy model globalizacji 152

11.2.1. Rozwój technologii cyfrowej przekształca światowy handel 152

11.2.2. Decentralizacja globalnego zarządzania zmienia reguły gry 156

11.3. Czwarta faza globalizacji 158

Bibliografia 160

Część II

Zarządzanie i finanse przedsiębiorstw w warunkach globalizacji

Rozdział 12

Ekoinnowacje a konkurencyjność przedsiębiorstwa - przegląd badań z krajów Unii Europejskiej - Tomasz Gołębiowski 163

12.1. Koncepcja ekoinnowacji i kategorie ekoinnowatorów 163

12.2. Źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw-ekoinnowatorów 166

12.3. Ekoinnowacje w strategiach konkurowania przedsiębiorstw-ekoinnowatorów 169

Bibliografia 173

Rozdział 13

Mezzanine jako innowacyjny instrument finansowania małych i średnich przedsiębiorstw w Europie ze szczególnym uwzględnieniem Polski - Jan Rymarczyk 177

13.1. Definicja i cechy mezzanine kapitału 178

13.2. Zastosowanie mezzanine finansowania 179

13.3. Instrumenty realizacji mezzanine finansowania 180

13.4. Przebieg procesu mezzanine finansowania 181

13.5. Rozwój mezzanine finansowania w Europie 183

13.6. Mezzanine finansowanie w Polsce 186

Bibliografia 189

Rozdział 14

Poziom rozwoju gospodarczego kraju odbiorcy jako czynnik kształtujący strategię sprzedaży w handlu międzynarodowym na przykładzie BZPG Stomil S.A. - Paweł Farfał 191

14.1. Strategie sprzedaży w eksporcie 192

14.2. Strategia sprzedaży eksportowej w zależności od krajowego rynku docelowego 193

14.3. Założenia badawcze na podstawie studium przypadku BZPG Stomil S.A. 194

14.4. Zmiany w strategii sprzedaży międzynarodowej 196

14.4.1. Marka 196

14.4.2. Jakość i personalizowanie produktów 198

14.4.3. Obsługa klienta 199

14.4.4. Ceny 200

Bibliografia 202

Rozdział 15

Proces sukcesji jako wyzwanie dla zarządzania talentami na przykładzie przedsiębiorstw rodzinnych - Jerzy Schroeder, Alicja Hadryś-Nowak 203

15.1. Pojęcie zarządzania talentami w organizacji 203

15.2. Proces sukcesji na przykładzie przedsiębiorstw rodzinnych 206

15.3. Sukcesja jako element zarządzania talentami 209

Bibliografia 210

Rozdział 16

Globalne kariery expatriantów w „globalnej wiosce” - Dorota Simpson 213

16.1. Dynamika zmian w mobilności expatriantów w latach 2013-2017 214

16.2. Tradycyjne kariery expatriantów w biznesie międzynarodowym 215

16.3. Współczesne formy międzynarodowej mobilności pracowników 216

16.4. Ścieżki kariery w „globalnej wiosce” 217

Bibliografia 220

Rozdział 17

Partnerstwa badawczo-rozwojowe (B+R) w sektorze biofarmaceutycznym - Łukasz Puślecki 223

17.1. Współpraca firm w sektorze biofarmaceutycznym z uczelniami 224

17.2. Rozwój partnerstw B+R w sektorze biofarmaceutycznym 225

17.3. Przykłady konsorcjów i współpracy B+R w sektorze biofarmaceutycznym 229

Bibliografia 232

Rozdział 18

Ocena efektywności funkcjonowania parków technologicznych - problemy dotychczasowych badań -

Michał Staszków 235

18.1. Pojęcie efektywności 236

18.2. Metody pomiaru efektywności 239

18.3. Badania nad efektywnością parków technologicznych w literaturze światowej 241

Bibliografia 245

Rozdział 19

Reputacja medialna CEO banków w Polsce w 2016 roku - Filip Szymczak, Sebastian Bykowski 247

19.1. Korzyści z obecności CEO w mediach 248

19.2. Zagrożenia wynikające z obecności CEO w mediach 249

19.3. Konieczność budowania reputacji medialnej CEO 250

19.4. Reputacja medialna liderów banków w Polsce w świetle badań empirycznych w 2016 roku 250

19.4.1. Metodyka badań 250

19.4.2. Wyniki badań empirycznych 251

19.4.3. Wnioski z badań empirycznych 255

Bibliografia 256

Rozdział 20

Rola otoczenia i jego wpływ na wykorzystanie mediów społecznościowych w komunikacji marketingowej na rynkach zagranicznych - Małgorzata Bartosik-Purgat 259

20.1. Nowe media w komunikacji marketingowej 260

20.2. Znaczenie otoczenia w wykorzystaniu nowych mediów 263

20.3. Metodyka badawcza 264

20.4. Rezultaty 265

Bibliografia 268