

SPIS TREŚCI

Wstęp (<i>Marian Strużycki</i>)	7
1. Prawidłowości transformacyjne w kształtowaniu podstaw zarządzania przedsiębiorstwami (<i>Marian Strużycki</i>)	9
1.1. Kierunki dostosowań transformacyjnych w zarządzaniu przedsiębiorstwami	9
1.2. Przemiany własnościowe a zarządzanie przedsiębiorstwami	11
1.3. Plan i planowanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem	13
1.4. Budowa nowej pozycji przedsiębiorstwa na rynku jako element zarządzania	16
1.5. Organizacja jako czynnik doskonalenia zarządzania przedsiębiorstwem	18
1.6. Wsparcie konsultingowe a przemiany w zarządzaniu przedsiębiorstwami	21
1.7. Zarządzanie ryzykiem jako elementem nowej jakości zarządzania przedsiębiorstwem	23
Bibliografia	24
Pytania	24
2. Procesy decyzyjne w przedsiębiorstwie (<i>Ewa Szemborska</i>)	26
2.1. Istota i cechy charakterystyczne procesów decyzyjnych w przedsiębiorstwie	26
2.1.1. Proces decyzyjny a forma własności przedsiębiorstwa	27
2.1.2. Etapy procesu decyzyjnego	28
2.2. Uwarunkowania procesów decyzyjnych w przedsiębiorstwie	32
2.2.1. Rodzaje decyzji podejmowanych w przedsiębiorstwie	32
2.2.2. Obszary decyzyjne w przedsiębiorstwie	35
2.3. Podstawa informacyjna decyzji podejmowanych w przedsiębiorstwie	37
2.3.1. Cechy i rodzaje informacji	37
2.3.2. Systemy informacyjne w przedsiębiorstwie	39
2.3.2. Źródła informacji wykorzystywane w przedsiębiorstwie	40
2.4. Uczestnicy procesu decyzyjnego i ich wpływ na decyzje przedsiębiorstwa	42
Zakończenie	45
Bibliografia	46
Pytania	46
3. Marketing w zarządzaniu przedsiębiorstwem (<i>Ewa Szemborska</i>)	47
3.1. Koncepcja marketingu w przedsiębiorstwie	47
3.1.1. Podstawowe elementy marketingu	47
3.1.2. Klient i jego potrzeby w koncepcji marketingu	48
3.1.3. Obszar działań marketingowych przedsiębiorstwa	50

3.2. Formułowanie strategii marketingowej	52
3.2.1. Zarządzanie marketingowe	52
3.2.2. Etapy tworzenia strategii marketingowej	53
3.3. Narzędzia marketingowe	56
3.3.1. Produkt	56
3.3.2. Informacyjna i perswazyjna funkcja ceny	57
3.3.3. Polityka wobec pośredników rynkowych	58
3.3.4. Kampania promocyjna przedsiębiorstwa	59
3.3.5. Instrumenty promocji przedsiębiorstwa	60
Zakończenie	64
Bibliografia	64
Pytania	65
4. Finanse w zarządzaniu przedsiębiorstwem (Anna Skowronek-Mielczarek)	66
4.1. Istota i treść zarządzania finansowego	66
4.2. Zarządzanie procesami finansowania	70
4.2.1. Główne obszary problemowe w procesach finansowania	70
4.2.2. Etapy procesu finansowania	73
4.2.3. Podstawowe kryteria wyboru źródeł finansowania	74
4.3. Zarządzanie procesami inwestycyjnymi	82
4.3.1. Charakterystyka przedsięwzięć inwestycyjnych	82
4.3.2. Źródła kapitałów wykorzystywane w procesach finansowania inwestycji ..	87
4.4. Zarządzanie majątkiem obrotowym przedsiębiorstwa	92
4.4.1. Charakterystyka problemów zarządczych związanych z kapitałem obrotowym przedsiębiorstwa	92
4.4.2. Zarządzanie składnikami majątku obrotowego	95
4.4.3. Strategie finansowania majątku obrotowego	97
4.5. Analiza finansowa jako instrument zarządzania zasobami finansowymi przedsiębiorstwa	100
4.5.1. Rola i przedmiot analiz finansowych w procesach zarządczych	100
4.5.2. Wykorzystanie wskaźników finansowych w ocenie kondycji ekonomiczno-finansowej przedsiębiorstwa	104
Bibliografia	112
Pytania	113
5. Zarządzanie personelem (Marian Strużycki)	114
5.1. Nowe wartości w zarządzaniu personelem	114
5.2. Zarządzanie personalne jako źródło sukcesu firmy	117
5.3. Struktura zarządzania personalnego w przedsiębiorstwie	119
5.3.1. Ogólne zasady zarządzania personalnego w przedsiębiorstwie	119
5.3.2. Planowanie zatrudnienia	120
5.3.3. Nabór i przyjmowanie pracowników do firmy	122
5.3.4. Szkolenie i doskonalenie pracowników	125
5.3.5. Stosunki społeczne w przedsiębiorstwie a zarządzanie personalne	126
5.3.6. System ocen pracowników jako element zarządzania personelem	127
5.3.7. Motywacja pracowników	128

5.4. Ocena przygotowania kadr menedżerskich jako element zarządzania personelem	129
5.5. Osobowość menedżerska w zarządzaniu personalnym	131
5.6. Znaczenie badań w doskonaleniu polityki personalnej w przedsiębiorstwie	132
Bibliografia	133
Pytania	134
6. Strategia w zarządzaniu przedsiębiorstwem (Katarzyna Nizińska)	135
Wprowadzenie	135
6.1. Znaczenie planowania strategicznego w zarządzaniu przedsiębiorstwem	138
6.1.1. Pojęcie i zakres planowania strategicznego	138
6.1.2. Cechy planowania i zarządzania strategicznego	139
6.1.3. Koncepcja strategii	141
6.1.4. Dlaczego firmie potrzebna jest strategia?	143
6.1.4.1. Ustalenie kierunku, celu rozwoju	143
6.1.4.2. Skoncentrowanie wysiłków organizacji na właściwych działaniach	143
6.1.4.3. Wyznaczenie granic organizacji i zdefiniowanie jej miejsca	143
6.1.4.4. Określenie logiki i konsekwencji działania organizacji	144
6.2. Projektowanie strategii	145
6.2.1. Elementy procesu budowania strategii	145
6.2.2. Misja i cele przedsiębiorstwa	147
6.2.2.1. Misja przedsiębiorstwa	147
6.2.2.2. Cele przedsiębiorstwa	149
6.2.2.3. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa	150
6.2.2.4. Techniki analizowania otoczenia przedsiębiorstwa	151
6.2.2.5. Techniki analizowania możliwości i zasobów wewnętrznych przedsiębiorstwa	158
6.2.2.6. Analiza SWOT	162
6.3. Rodzaje strategii działania przedsiębiorstw	164
6.3.1. Wybór strategii działania	164
6.3.2. Strategie rozwoju – kierunki rozwoju firmy według modelu Ansoffa	166
6.3.3. Strategie konkurencji	168
Bibliografia	170
Pytania	171
7. Konkurencja w zarządzaniu przedsiębiorstwem (Marian Strużycki)	172
7.1. Istota konkurencji i podstawowe związki zarządcze	172
7.2. Otoczenie konkurencyjne a zarządzanie przedsiębiorstwem	175
7.3. Ocena konkurentów w zarządzaniu przedsiębiorstwem	178
7.4. Przywództwo rynkowe a zarządzanie przedsiębiorstwem	181
7.5. Strukturalne wyznaczniki natężenia konkurencji w zarządzaniu przedsiębiorstwem	185
7.6. Problem informacji w zachowaniach konkurencyjnych przedsiębiorstw	189
7.7. Globalizacja działań przedsiębiorstwa jako element przewagi konkurencyjnej	192
Bibliografia	194
Pytania	195

8. Zarządzanie procesami operacyjnymi w przedsiębiorstwie (Marian Strużycki) . . .	196
8.1. Istota oraz cechy towarzyszące procesom operacyjnym w przedsiębiorstwie . . .	196
8.2. Zarządzanie działalnością operacyjną w przedsiębiorstwie produkcyjnym	199
8.3. Zarządzanie działalnością operacyjną w przedsiębiorstwie handlowym	207
8.3.1. Główne kierunki przemian w otoczeniu przedsiębiorstwa handlowego . . .	207
8.3.2. Negocjacje poprzedzające zakup towarów	210
8.3.3. Zarządzanie zakupami w przedsiębiorstwie handlowym	213
8.3.4. Zarządzanie zapasami w przedsiębiorstwie handlowym	217
8.5. Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie handlowym	221
Bibliografia	225
Pytania	225