

Spis treści

Wstęp	VII
1. Relacje inwestorskie – zagadnienia podstawowe	1
1.1. Wprowadzenie	1
1.2. Definiowanie relacji inwestorskich	2
1.3. Geneza i rozwój relacji inwestorskich	4
1.4. Relacje inwestorskie a pojęcia pokrewne	7
1.4.1. Relacje inwestorskie a <i>public relations</i>	7
1.4.2. Relacje inwestorskie a <i>corporate governance</i>	10
1.4.3. Relacje inwestorskie a zarządzanie wartością firmy	11
1.5. Komponenty relacji inwestorskich	13
1.5.1. Ujawnianie informacji	14
1.5.2. Pozyskiwanie informacji zwrotnych	14
1.5.3. Wykorzystywanie informacji zwrotnych w zarządzaniu	15
1.5.4. Kształtowanie struktury akcjonariatu	16
1.6. Korzyści z relacji inwestorskich	17
1.6.1. Zaufanie do zarządu	18
1.6.2. Reputacja spółki	19
1.6.3. Płynność akcji	22
1.6.4. Koszt kapitału	23
1.6.5. Wycena spółki	24
1.7. Organizacja działań z zakresu relacji inwestorskich	25
2. Ujawnianie informacji	29
2.1. Wprowadzenie	29
2.2. Dwa wymiary ujawniania informacji	30
2.3. Istotne informacje	32
2.4. Zasady ujawniania informacji	35
2.5. Rodzaje ujawnianych informacji	36
2.6. Komunikowanie wartości przedsiębiorstwa	38
2.7. Zarządzanie oczekiwaniami i prognozy wyników	40
2.8. Zarządzanie kryzysowe	41
2.9. Standardy rachunkowości a ujawnianie informacji	43
3. Adresaci relacji inwestorskich	45
3.1. Wprowadzenie	45
3.2. Inwestorzy	45

3.2.1. Inwestorzy instytucjonalni	46
3.2.2. Inwestorzy indywidualni	48
3.3. Analitycy giełdowi	50
3.4. Media masowe	52
4. Formy komunikowania	54
4.1. Wprowadzenie	54
4.2. Komunikowanie bezpośrednie	54
4.2.1. Walne zgromadzenie akcjonariuszy	55
4.2.2. Spotkania i prezentacje	56
4.2.3. Telekonferencje	57
4.3. Komunikowanie pośrednie	58
4.3.1. Prospekt emisyjny	59
4.3.2. Raport roczny	59
4.3.3. Raporty okresowe i bieżące	60
4.3.4. Komunikaty do mediów	61
4.3.5. List do akcjonariuszy	61
4.3.6. Tradycyjna wysyłka informacji	62
4.4. Internet	62
Zakończenie – praktyka relacji inwestorskich w Polsce	67
Bibliografia	70
Indeks	78