

SPIS TREŚCI

Podziękowania do drugiego wydania	7
Przedmowa do drugiego wydania	11
Przedmowa do trzeciego wydania	13
 Rozdział 1	
MITY I PRAWDA O SPOŁECZEŃSTWIE USŁUGOWYM	17
 Rozdział 2	
NOWE RÓWNANIE EKONOMICZNE	39
 Rozdział 3	
SYSTEMY ZARZĄDZANIA USŁUGAMI	61
 Rozdział 4	
DIAGNOZA DYNAMICZNA: KOŁA SUKCESU I BŁĘDNE KOŁA	77
 Rozdział 5	
KONCEPCJA USŁUGI	91
 Rozdział 6	
DLACZEGO NALEŻY ROZWIJAĆ STRATEGICZNE ZASOBY LUDZKIE?	105
 Rozdział 7	
ZACHĘCANIE LUDZI DO ROZWOJU	123
 Rozdział 8	
KLIENT JAKO KLIENT I JAKO WSPÓŁPRODUCENT	133
 Rozdział 9	
TECHNOLOGIA, NARZĘDZIA I OTOCZENIE	153
 Rozdział 10	
WIZERUNEK	167
 Rozdział 11	
KSZTAŁTOWANIE CEN – TEORIA I PRAKTYKA	179
 Rozdział 12	
KREOWANIE, POWIELANIE I UDOSKONALANIE KONCEPCJI BIZNESOWYCH	187

Rozdział 13	
DYWERSYFIKACJA I INTERNACJONALIZACJA	199
Rozdział 14	
JAKOŚĆ	215
Rozdział 15	
KULTURA I DOMINUJĄCE KONCEPCJE JAKO NARZĘDZIA ZARZĄDZANIA	231
Rozdział 16	
ZMIANA I PRZYWÓDZTWO	239
Bibliografia	247