
Spis treści

Wprowadzenie	9
--------------------	---

Rozdział 1

Wiesław Grudzewski, Irena Hejduk

Kreowanie systemów zarządzania wiedzą podstawą dla osiągnięcia przewagi konkurencyjnej współczesnych przedsiębiorstw	12
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Rozdział 2

Globalizacja a konkurencyjność przedsiębiorstw przyszłości

Józef Penc

Myślenie strategiczne w organizacji XXI wieku	42
-----------------------------------------------------	----

Barbara A. Despiney-Żochowska

Przedsiębiorstwo między rozwojem lokalnym a globalizacją.

Studium przypadku	66
-------------------------	----

Agnieszka Sitko-Lutek

Organizacja przyszłości oparta o globalnych liderów i globalną kulturę	87
------------------------------------------------------------------------------	----

Stanisław Kasiewicz

Szanse i bariery globalizacji krajowych firm	109
----------------------------------------------------	-----

<i>Mariusz Bratnicki</i>	
Przedsiębiorczość organizacyjna w strategicznej mozaice czasu	128
<i>Jerzy Lewandowski</i>	
Aspekty humanizacji pracy w przedsiębiorstwie przyszłości	142

Rozdział 3

E-economy a przedsiębiorstwo przyszłości

<i>Jerzy Kisielnicki</i>	
Przedsiębiorstwo przyszłości w warunkach nowej ekonomii	152
<i>Mieczysław Moszkowicz</i>	
E-economy jako tło dla „przedsiębiorstwa przyszłości”	172
<i>Stanisław Rudolf</i>	
Proces rozwiązywania problemów w świetle doświadczeń przedsiębiorstw	184
<i>Krzysztof Hejduk</i>	
Technologia e-szkoleń w zarządzaniu wiedzą	198

Rozdział 4

Modelowanie i projektowanie przedsiębiorstwa przyszłości

<i>Jerzy Rokita</i>	
Organizacja ucząca się – model uczenia się konkurentów	212
<i>Mieczysław Ciurla, Marian Hopej, Jacek Mercik</i>	
Hierarchia w strukturze organizacyjnej przedsiębiorstwa przyszłości	228
<i>Ireneusz Durlik</i>	
Projektowanie i wdrażanie zmian innowacyjnych w przemyśle w warunkach zaawansowanych technologii	236
<i>Mariusz Bednarek</i>	
Funkcjonowanie przedsiębiorstwa przyszłości w otoczeniu konkurencyjnym – doświadczenia meksykańskie	252

Ryszard Borowiecki, Mirosław Kwieciński

Koncepcja wywiadu gospodarczego w przedsiębiorstwie przyszłości.

Kulturowe i organizacyjne uwarunkowania jej realizacji 262

Rozdział 5

Budowanie przewagi konkurencyjnej – zarządzanie wartością firmy

Barbara Dobiegała-Korona

Zarządzanie wartością klienta 292

Wiesław Kotarba

Ochrona znaku towarowego w przedsiębiorstwie 301

Agata Stachowicz-Stanusch, Jan Stachowicz

Zarządzanie poprzez wartości a proces wdrażania Zarządzania

Relacjami z Klientami (CRM) 314

Zakończenie 333