

Tytuł: **Zarządzanie dziś i jutro.**

Autorzy: Monika Wyrzykowska-Antkiewicz (red.)

Opis:

Procesy gospodarcze współczesnej ekonomii charakteryzują się dużym dynamizmem, nowymi trendami w zarządzaniu, a także niebywałym rozwojem i upowszechnieniem wysokich technologii. Częste zmiany otoczenia gospodarczego skłaniają przedsiębiorstwa do gruntownych reform. Podstawowym warunkiem zapewnienia pozycji oraz ekspansji rynkowej przedsiębiorstwa jest zagwarantowanie sprawności zarządzania w dynamicznie zmieniających się warunkach.

Tom szesnasty Prac Naukowych Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku poświęcony został współczesnym problemom zarządzania. Został on podzielony na trzy części:

- pierwsza traktuje o ewolucji teorii i sposobów zarządzania,
- w drugiej części podjęto dyskurs na temat innowacji, technologii i komunikacji w zarządzaniu,
- część trzecia opracowania poświęcona została problematyce społecznej odpowiedzialności biznesu i etyce w zarządzaniu.

Spis treści:

Wprowadzenie 7

Część I

Ewolucja teorii i stylów zarządzania

1. Kształtowanie się teorii bankructwa - Andrzej Tokarski 11

1.1. Upadłość w teorii przedsiębiorstw 11

1.2. Pozytywna i normatywna teoria bankructwa 14

1.3. Ilościowe modele predykcji zagrożenia upadłością jako element teorii bankructwa 15

Streszczenie/Summary 17

Bibliografia 18

2. Kryzys wyzwaniem do zmiany stylu i sposobu zarządzania przedsiębiorstwem - Janusz Żurek 19

2.1. Przyczyny i skutki kryzysu finansowego w gospodarce światowej 20

2.2. Kryzys przedsiębiorstwa pochodną kryzysu w otoczeniu zewnętrznym, tj. międzynarodowym i krajowym 24

2.3. Działania jakie winny podejmować przedsiębiorstwa w obliczu kryzysu

w otoczeniu zewnętrznym, międzynarodowym i krajowym 27

Streszczenie/Summary 32

Bibliografia 33

Część II

Innowacje, technologia i komunikacja w zarządzaniu

3. Znaczenie innowacji w procesach zarządzania przedsiębiorstwem - Marcin Jakóbczyk	37
3.1. Innowacje w procesach zarządczych	38
3.2. Innowacje w zarządzaniu finansami	40
3.3. Innowacyjne rozwiązania w zarządzaniu zasobami ludzkimi	42
3.4. Innowacyjne zarządzanie wiedzą	45
Streszczenie/Summary	49
Bibliografia	50
4. Implementacja ładu informatycznego w małych firmach - Dariusz Kralewski	51
4.1. Definicja ładu informatycznego (IT Governance)	51
4.2. Ład korporacyjny (Corporate Governance) a ład informatyczny (IT Governance)	52
4.3. Implementacja ładu informatycznego	53
4.4. Kluczowe czynniki sukcesu implementacji ładu informatycznego	56
Streszczenie/Summary	60
Bibliografia	61
5. Technologie informacyjne wykorzystywane w zarządzaniu wiedzą o klientach - Dorota Buchnowska	63
5.1. Istota i znaczenie wiedzy o klientach	63
5.2. Identyfikacja technologii wspierających zarządzanie wiedzą o klientach	65
5.3. Charakterystyka technologii wspierających zarządzanie wiedzą o klientach	67
5.3.1. Systemy CRM - kompleksowe wsparcie procesów zarządzania wiedzą o klientach	67
5.3.2. Business Intelligence - odkrywanie wiedzy o klientach ze zbiorów danych	69
5.3.3. Technologie Web 2.0 - zarządzanie wiedzą pochodzącą od klientów	73
Streszczenie/Summary	74
Bibliografia	75
6. Komunikacja w zarządzaniu projektami - podejście systemowe - Magdalena Bielenia-Grajewska	77
6.1. Komunikacja w zarządzaniu projektami	77
6.1.1. Zarządzanie projektami - zagadnienia ogólne	77
6.1.2. Zarządzanie projektami - wymiar komunikacyjny	78
6.1.3. Zarządzający projektami z perspektywy komunikacyjnej	79
6.2. Podejście systemowe do komunikacji w projekcie	81

6.2.1. Systemowość współczesnych organizacji	81	
6.2.2. Charakterystyka systemów komunikacyjnych w organizacji	82	
Streszczenie/Summary	83	
Bibliografia	84	
Część III		
Społeczna odpowiedzialność biznesu i etyka w zarządzaniu		
7. Recepta społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw wśród przedstawicieli związków zawodowych oraz pracodawców z obszaru województwa pomorskiego - Rafał Raczyński		89
7.1. Przyczyny rosnącej popularności koncepcji CSR	90	
7.2. CSR w ujęciu teoretycznym	91	
7.3. CSR w ujęciu praktycznym	94	
7.3.1. Ład korporacyjny/organizacyjny	94	
7.3.2. Prawa człowieka	96	
7.3.3. Praktyki w miejscu pracy (relacje pracodawcy - pracownicy)	97	
7.3.4. Środowisko	99	
7.3.5. Praktyki rynkowe	100	
7.3.6. Kwestie konsumenckie	101	
7.3.7. Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnych	102	
Streszczenie/Summary	104	
Bibliografia	105	
8. Realizacja idei społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa w warunkach światowego kryzysu finansowego - Janusz Żurek		107
8.1. Światowy kryzys finansowy wyzwaniem do zmian systemu mechanizmów rynkowych i zachowań podmiotów gospodarczych	108	
8.2. Czemu ma służyć idea społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa i jaki jest jej podstawowy cel?	112	
8.3. Czy w warunkach kryzysu finansowo-gospodarczego jest miejsce dla idei społecznej odpowiedzialności?	116	
Streszczenie/Summary	119	
Bibliografia	121	
9. Rola etyki w reklamie biznesu - Adam Strzelecki		123
9.1. Uwarunkowania etyki w biznesie	124	
9.2. Narzędzie perswazji w aksjologii reklamy	128	

9.3. Przeciwdziałanie nieetycznej reklamie	131
Streszczenie/Summary	138
Bibliografia	139
10. Czynniki tworzące kapitał społeczny - Janusz Dworak	141
10.1. Symbolizm	143
10.2. Reklama	144
10.3. Media	146
10.4. Retoryka	147
10.5. Niestabilność polityczna	149
10.6. Relatywizm	150
10.7. Religia	150
10.8. Wiedza i edukacja	152
10.9. Doświadczenia okresu dziecięcego	154
10.10. Rodzina i wychowanie	155
Streszczenie/Summary	157
Bibliografia	157