

Sukces w biznesie zależy od wielu czynników, jednym z najważniejszych jest doskonały model biznesu. Taki model biznesu powstaje, gdy jego spójność osiąga optimum.

W książce autor przedstawia:

- istotę modelu biznesu,
- koncepcję spójności modelu biznesu,
- metodę pomiaru spójności modelu biznesu,
- studia przypadków pomiaru spójności modeli biznesu.

Zalety publikacji, to kompleksowo omówiona teoria budowy modelu biznesu oraz dostęпно sformułowana analityczno-graficzna metodyka pomiaru pozwalająca na ocenę spójności modelu biznesu.

Książka jest przeznaczona dla:

- pracowników naukowych zajmujących się zarządzaniem,
- menedżerów i przedsiębiorców zainteresowanych doskonaleniem ich modelu biznesu,
- studentów zarządzania, dla których wiedza o modelach biznesu będzie w przyszłości podstawą działania.

Problematyka modeli biznesu to obszar w polskiej literaturze mało eksploatowany.

O jej współczesnym wymiarze świadczy chociażby to, że w praktyce biznesu nikt już nie pyta o plany, a pyta głównie o model biznesu.

Z recenzji dr. hab. Jerzego Niemczyka,

prof. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

Spis treści

Wstęp

Rozdział 1

Pojęcie modelu biznesu

1.1. Geneza, definicja i tło teoretyczne modelu biznesu

1.1.1. Geneza modelu biznesu

1.1.2. Definicja modelu biznesu

1.1.3. Tło teoretyczne modelu biznesu

1.2. Cechy i funkcje modelu biznesu

1.2.1. Cechy modelu biznesu

1.2.2. Funkcje modelu biznesu

1.3. Budowa modelu biznesu

1.3.1. Składniki i relacje modelu biznesu

1.3.2. Składniki otoczenia modelu biznesu

1.3.3. Elementy oceniające model biznesu

1.4. Rodzaje modelu biznesu

Rozdział 2

Koncepcja spójności modelu biznesu

2.1. Definicja i tło teoretyczne spójności modelu biznesu

2.1.1. Definicja spójności modelu biznesu

2.1.2. Tło teoretyczne spójności modelu biznesu

2.2. Rodzaje spójności modelu biznesu

2.2.1. Spójność wewnętrzna modelu biznesu - istota i uwarunkowania

2.2.2. Spójność zewnętrzna modelu biznesu - istota i uwarunkowania

2.2.3. Spójność całkowita modelu biznesu - istota i uwarunkowania

2.3. Kształtowanie spójności modelu biznesu

2.3.1. Zjawiska i procesy w kształtowaniu spójności modelu biznesu

2.3.2. Optimum spójności modelu biznesu

Rozdział 3

Metoda pomiaru spójności modelu biznesu

3.1. Charakterystyka dotychczasowych metod pomiaru spójności

3.2. Założenia pomiaru spójności modelu biznesu

3.3. Cechy badane i instrumentarium pomiarowe

Rozdział 4

Empiryczna weryfikacja metody pomiaru spójności modelu biznesu

4.1. Metodyka badań empirycznych spójności modelu biznesu

4.2. Wyniki badania spójności modelu biznesu w branży statków morskich i śródlądowych

- 4.2.1. Spójność modelu biznesu w przedsiębiorstwie SM 1
- 4.2.2. Spójność modelu biznesu w przedsiębiorstwie SM 2
- 4.2.3. Wnioski o spójności i ocena badanych modeli biznesu
- 4.3. Wyniki badania spójności modelu biznesu w branży jubilerskiej
  - 4.3.1. Spójność modelu biznesu w przedsiębiorstwie Jub 1
  - 4.3.2. Spójność modelu biznesu w przedsiębiorstwie Jub 2
  - 4.3.3. Wnioski o spójności i ocena badanych modeli biznesu
- 4.4. Wyniki badania spójności modelu biznesu w branży dostawców internetu
  - 4.4.1. Spójność modelu biznesu w przedsiębiorstwie ISP 1
  - 4.4.2. Spójność modelu biznesu w przedsiębiorstwie ISP 2
  - 4.4.3. Wnioski o spójności i ocena badanych modeli biznesu
- 4.5. Ocena spójności badanych modeli biznesu i wnioski z badań
  - 4.5.1. Ocena spójności badanych modeli biznesu
  - 4.5.2. Wnioski z badania spójności modelu biznesu

Zakończenie

Załącznik 1

Załącznik 2

Literatura

Spis tabel

Spis rysunków