

Spis treści

Wstęp	9
<i>Wanda Patrzalek</i>	
Rozdział 1. Globalizacja w wymiarze interdyscyplinarnym	13
1.1. Globalizacja w naukach społecznych.	13
1.2. Makroekonomiczny wymiar globalizacji	18
1.3. Marka globalna.	22
<i>Wanda Patrzalek</i>	
Rozdział 2. Konsumenci jako podmioty w procesie globalizacji	27
2.1. Konsument globalny	27
2.2. Globalny produkt	31
2.3. Zachowania konsumentów w procesie globalizacji.	37
<i>Aleksandra Perchla-Włosik</i>	
Rozdział 3. Zachowania podmiotów na rynku reklamy komercyjnej	46
3.1. Prawne mechanizmy zachowań w procesie globalizacji	46
3.2. Reklama globalna.	49
3.3. Etyka i prawo w reklamie globalnej.	57
<i>Joanna Wardzala-Kordyś</i>	
Rozdział 4. Zachowania organizacyjne w małych firmach z udziałem kapitału międzynarodowego	70
4.1. Małe podmioty gospodarcze z udziałem kapitału międzynarodowego – charakterystyka społeczno-gospodarcza	70
4.2. Wybrane zachowania organizacyjne w małych wrocławskich firmach z udziałem kapitału międzynarodowego	78
4.3. Strategie działania przywódców organizacyjnych w małych firmach z udziałem kapitału międzynarodowego	82
Podsumowanie.	89
<i>Robert Majkut, Dariusz Wójcik</i>	
Rozdział 5. Zachowania podmiotów gospodarczych na globalnym rynku pracy	92
5.1. Globalizacja rynku pracy	92
5.2. Szanse i zagrożenia globalizacji rynku pracy.	94

5.3. Struktura podmiotów na rynku pracy	103
5.4. Rynek pracy w kontekście światowego kryzysu ekonomicznego	111

Lech Miklaszewski

Rozdział 6. Wpływ procesów globalizacyjnych na zachowania podmiotów rynku giełdowego w Polsce	117
6.1. Globalizacja i umiędzynarodowienie rynków finansowych.	117
6.2. Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie jako uczestnik globalizacji.	120
6.3. Firmy inwestycyjne prowadzące działalność maklerską jako uczestnicy rynku giełdowego	128
6.4. Globalizacja a zachowania emitentów jako podmiotów rynku giełdowego.	140
6.5. Wpływ globalizacji na zachowania inwestorów giełdowych.	145

Urszula Banaszczyk-Soroka

Rozdział 7. Zachowania instytucji rynku pieniężnego w obliczu postępującej globalizacji rynków finansowych	155
Wstęp	155
7.1. Zmiany własnościowe w polskim sektorze bankowym	157
7.2. Komisja Nadzoru Finansowego	171
7.3. Bankowy Fundusz Gwarancyjny	185
Zakończenie	193

Anna Wilk

Rozdział 8. Zachowania polskiej kadry menedżerskiej w procesie globalizacji.	196
8.1. Dyrektorzy lat 70. i 80.	197
8.2. Menedżerowie okresu transformacji	199
8.3. Polscy menedżerowie w globalnej gospodarce	203

Lukasz Srokowski

Rozdział 9. Zachowania podmiotów na rynku szkoleniowym	212
9.1. Wstęp – zarysowanie problemu	212
9.2. Opis podmiotów	213
9.3. Polska kultura organizacyjna na tle innych krajów	216
9.4. Globalizacja potrzeb jako czynnik kształtujący globalizację na rynku usług szkoleniowych.	219
9.5. Dojrzałość rynku szkoleniowego	222
9.6. Pomiar skuteczności usług szkoleniowych	223
9.7. Strategie działania na rynku szkoleniowym w warunkach globalizacji.	225

9.8. Globalizacja usług z przykładami	228
Podsumowanie.....	232

Anna Zamiar

Rozdział 10. Zachowania podmiotów wdrażających programy finansowane w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.....	234
10.1. Charakterystyka mechanizmów wdrażania funduszy strukturalnych w Polsce i Europie	234
10.2. Zasady przeprowadzania wybranych konkursów otwartych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki	241
10.3. Studium przypadku – biurokratyzacja instytucji jako przeszkoda w sprawnym wdrażaniu programów międzynarodowych	245

Józef Orzeszyna

Rozdział 11. Zachowanie podmiotów produkcyjnych	252
11.1. Wstęp	252
11.2. Podmiot produkcyjny a podmiot rynkowy.....	253
11.3. Racjonalność podmiotów produkcyjnych	255
11.4. LG Display – specyfika firmy produkcyjnej	257
11.5. LG Display – specyfika korporacji	260
11.6. Zachowanie podmiotów produkcyjnych	263

Michał Cebula, Piotr Kucharski, Edwin Bażański

Rozdział 12. Zachowania podmiotów na rynkach mediów międzynarodowych oraz produkcji muzycznej i telewizyjnej.....	264
12.1. Globalizacja mediów (<i>Michał Cebula</i>)	264
12.2. Strategie rynkowe firm medialnych (<i>Michał Cebula</i>)	270
12.3. Funkcjonowanie niezależnych producentów na międzynarodowym rynku muzycznym (<i>Piotr Kucharski</i>).....	277
12.4. Niezależni producenci fonogramów w strukturze globalnego rynku muzycznego (<i>Piotr Kucharski</i>).....	283
12.5. Pierwsze podmioty na rynku globalnym produkcji telewizyjnej (<i>Edwin Bażański</i>)	285
12.6. Krajowy rynek podmiotów produkcji telewizyjnej (<i>Edwin Bażański</i>)	287
12.7. Przejawy globalizacji polskiej produkcji telewizyjnej (<i>Edwin Bażański</i>)	289
Zakończenie.....	296
Summaries	299