

Spis treści

Wstęp	7
--------------------	---

Rozdział I

mgr Agnieszka Kurdyś – Kujawska

Sztuka negocjacji w biznesie

1. Istota negocjacji	12
2. Etapy procesu negocjacyjnego	16
3. Style negocjowania	19
4. Taktyki negocjacyjne	22
5. Komunikacja w negocjacjach	26

Rozdział II

dr inż. Marlena Prochorowicz

Kreowanie wizerunku w biznesie

1. Istota i pojęcie wizerunku.....	36
2. Wymiana informacji i podejmowanie decyzji.....	41
3. Precedencja, czyli kto przed kim.....	44
4. Public relations czyli sprawne komunikowanie z otoczeniem.....	45
5. Wygląd zewnętrzny a kreowanie wizerunku	47
6. System identyfikacji wizualnej	53

Rozdział III

mgr Agnieszka Okseniuk

Pozyskiwanie funduszy zewnętrznych

1. Pojęcie funduszy strukturalnych oraz ich cele	58
2. Fundusze Europejskie.....	62
3. Dotacje na inkubacje firmy	64
4. Instrumenty Wspierania Działalności Gospodarczej	67
5. Zasady pisania dobrego wniosku o dofinansowanie	70

Rozdział IV

dr Karolina Zięba

PR jako narzędzie promocji firmy

1. Istota public relations.....	78
---------------------------------	----

2. Narzędzia public relations	81
3. Etyczny aspekt działań public relations	86
4. Komunikacja jako podstawa działań public relations	88

Rozdział V

dr Agnieszka Kowalczyk – Kassyk

Sztuka autoprezentacji

1. Autoprezentacja - cel, funkcje oraz podstawowe wyznaczniki „zmuszające” człowieka do doskonalenia swojego wizerunku – efekt pierwszego wrażenia, teoria atrybucji	96
2. Wybrane komponenty warunkujące efektywność autoprezentacji w warunkach ekspozycji społecznej – symbolika kolorów, rodzaj ubioru i uczesania (wygląd)	104
3. Praktyczne wskazówki dla mężczyzn i kobiet dotyczące: wizerunku (wyglądu) oraz zachowania podnoszących efektywność autoprezentacji – kompozycja poprawnego (skutecznego) wystąpienia	113

Rozdział VI

dr inż. Beata Szczecińska

Budowanie zespołu i współpraca w grupie

1. Grupy w organizacjach	118
2. Cechy grup	121
3. Współpraca w grupie	126
4. Zespoły robocze	131

Rozdział VII

dr inż. Jakub Szpon

Logistyka zapasów w kontekście efektywnej obsługi klienta

1. Możliwości zarządzania logistycznego zapasami przedsiębiorstwa w kształtowaniu jakości obsługi klienta	138
2. Magazyn jako ogniwo łańcucha dostaw	142
3. Zarządzanie zapasami w magazynie na przykładzie metody ABC i XYZ	146
4. Model EOQ jako klasyczne ujęcie optymalizacji zarządzania zapasami	151

Rozdział VIII

dr Agnieszka Brelik

Etyka w biznesie. Dobre obyczaje w relacjach biznesowych

1. Narodziny etyki biznesu	157
2. Etyka biznesu	158
3. Programy i kodeksy etyczne firm	159
4. Odpowiedzialny biznes	165
5. Dylemat etyczne – nieetyczne	170
6. Etykieta w biznesie	173

Rozdział IX

mgr Agnieszka Barczak

Zarządzanie czasem

1. Znaczenie zarządzania czasem	178
2. Złodzieje czasu	180
3. Cele i planowanie czasu	183
4. Zarządzanie informacją i komunikacja	187
5. Delegowanie uprawnień	190
6. Wybrane zasady postępowania	192

Rozdział X

mgr Jacek Prochorowicz

Efektywna obsługa klienta w kryzysie

1. Kryzys – zjawisko nie tylko negatywne	198
2. Strategia i analiza, czyli gdzie jesteśmy	200
3. Sprzedawca i klient	205
4. Zasady efektywnej obsługi klienta	211

Literatura	217
-------------------------	-----

Spis tabel	225
-------------------------	-----

Spis rysunków	227
----------------------------	-----