

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	7
Rozdział 1. PRZESŁANKI NOWEGO MYŚLENIA STRATEGICZNEGO	21
1.1. Rewolucja informatyczna czynnikiem krytycznych zmian w gospodarce	22
1.2. Przeobrażenia społeczne a biznes i etyka	33
1.3. Nowy wymiar relacji biznesowych	43
1.4. Sieci biznesowe jako źródło przewagi konkurencyjnej – wybrane elementy	49
Bibliografia	60
Rozdział 2. ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE WOBEC NOWYCH WYZWAŃ	63
2.1. Tradycyjny model i narzędzia zarządzania strategicznego	63
2.2. Ewolucja zarządzania strategicznego w kierunku nowych wyzwań	75
2.3. Nowe spojrzenie na zarządzanie strategiczne	83
Bibliografia	97
Rozdział 3. PRZEDSIĘBIORSTWO JAKO PODMIOT I JAKO PRZEDMIOT DECYZJI STRATEGICZNYCH	99
3.1. Istota przedsiębiorstwa jako podmiotu decyzyjnego	99
3.2. Najważniejsze cechy i zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa	106
3.3. Zarządzający i ich odpowiedzialność za przedsiębiorstwo	111
3.4. Struktury zarządcze jako przedmiot decyzji w przedsiębiorstwie	118
Bibliografia	130
Rozdział 4. MODEL BIZNESU – NOWE PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO	132
4.1. Istota i składowe tworzące model biznesu	132
4.2. Nowe koncepcje modelu biznesu	143
4.3. Model biznesu jako konstrukcja zarządcza i koncepcja zarządzania przedsiębiorstwem	150
4.4. Innowacje a zmiany modelu biznesu	154
Bibliografia	161

Rozdział 5. KLIENT JAKO DETERMINANTA ZMIAN STRATEGICZNYCH	163
5.1. Natura klienta	164
5.2. Nabywcy instytucjonalni i ich podejście do decyzji o zakupach	173
5.3. Zachowania na rynku konsumentów indywidualnych – finalnych	182
5.4. Klienci.com	187
 Rozdział 6. WARTOŚĆ DLA KLIENTA W NOWYM MYŚLENIU STRATEGICZNYM	 194
6.1. Związek firmy z klientem – wartość dla klienta	197
6.2. Związek klienta z firmą – wartość dla przedsiębiorstwa	202
Bibliografia	212
 Rozdział 7. PRZEDSIĘBIORSTWO W SIECI – WOBEC WYZWAŃ DLA MODELU BIZNESU	 215
7.1. Modele e-biznesu – definicje, cechy	216
7.2. Środowisko e-biznesu i jego implikacje dla modelu biznesu	223
7.3. Implementacja nowych technologii – aspekt strategiczny	232
7.4. Zapewnienie bezpieczeństwa i prywatności	241
Bibliografia	247
 Rozdział 8. SIECIOWE MODELE BIZNESU	 249
8.1. Modele biznesu oparte na ogólnodostępnych sieciach	249
8.2. Modele e-biznesu – wybrane klasyfikacje	259
8.3. Chmura obliczeniowa – i co dalej?	273
Bibliografia	247
	283
 Rozdział 9. MODEL BIZNESU W OPTYCE ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO	 285
9.1. Decyzje strategiczne dotyczące modelu biznesu	285
9.2. Związek modelu biznesu ze strategią przedsiębiorstwa	292
9.3. Model biznesu a strategię konkurencyjności	294
9.4. Zakres i obszary zmian strategicznych w modelu biznesu	304
Bibliografia	317
 ZAKOŃCZENIE	 319
 ANEKS	 331