

Spis treści

Wprowadzenie	5
Rozdział 1	
Franczyza jako model biznesowy – <i>Marta Ziółkowska</i>	13
1.1. Istota powiązań franczyzowych	13
1.2. Internacjonalizacja franczyzy	19
1.3. Opłaty franczyzowe	22
1.4. Podręcznik operacyjny	23
1.5. Opracowanie pakietu franczyzowego	25
1.6. Wprowadzanie pakietu franczyzowego na rynek	27
1.7. Porażki we franczyzie	29
1.8. Korzyści i zagrożenia wykorzystania franczyzy w działalności gospodarczej	30
1.9. Powiązania franczyzowe w gospodarce polskiej	38
Rozdział 2	
Klasy jako model współpracy przedsiębiorstw – <i>Agata Rundo</i>	47
2.1. Definicje i odmiany klastrów	47
2.2. Uwarunkowania rozwoju klastrów	54
2.3. Znaczenie klastrowego modelu współpracy dla przedsiębiorstw i gospodarki	57
2.4. Wpływ klasteringu na środowisko przedsiębiorstw i gospodarkę	60
2.5. Klasy w Polsce	62
2.6. Wspieranie tworzenia i rozwoju klastrów	65
2.7. Charakterystyka klastrów w Polsce	66

Rozdział 3

Sieci aliansów strategicznych, jako model współpracy przedsiębiorstw

– <i>Marta Ziółkowska</i>	77
3.1. Istota powiązań sieciowych	77
3.2. Wybrane klasyfikacje organizacji sieciowych	80
3.3. Uczestnicy powiązania sieciowego i zarządzanie siecią	85
3.4. Sieci aliansów	87
3.5. Zielone alianse	93

Rozdział 4

Organizacje wirtualne jako model współpracy przedsiębiorstw

– <i>Agata Rundo</i>	97
4.1. Istota organizacji wirtualnej	97
4.2 Istota organizacji wirtualnych	102
4.3. Uwarunkowania działalności i cechy organizacji wirtualnej	104
4.4 Organizacje wirtualne – potencjał i ryzyko	108

Zakończenie	115
--------------------------	------------

Bibliografia	121
Wydawnictwa zwarte	121
Wydawnictwa ciągłe	123
Opracowania	125
Portale internetowe	125
Witryny internetowe	126
Słowniki	126

Spis tabel	127
Spis rysunków	128
Spis wykresów	129
O Autorkach	130