

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	9
Układ publikacji	10
Podziękowania	11
1. PRZEDSIĘBIORCA	13
1.1. Człowiek przedsiębiorczy a przedsiębiorca	14
1.2. Co to znaczy „być przedsiębiorczym”?	15
Cechy osobowości a przedsiębiorczość	16
Poczucie skuteczności	19
Motywy	19
Ogólna i specjalistyczna wiedza oraz umiejętności przedsiębiorcy	21
Mechanizmy poznawcze	21
1.3. Jak oceniać swoje kompetencje przedsiębiorcze? Czy bycia przedsiębiorczym można się nauczyć?	22
Cechy – diagnoza	23
Wiedza i umiejętności – diagnoza i kształtowanie	25
Motywy – diagnoza i ewolucja	32
Poczucie skuteczności i jego uwarunkowania	34
Jak analizować i rozumieć mechanizmy poznawcze?	38
1.4. Różnorodność i zmienność kompetencji przedsiębiorczych	43
2. SZANSE I POMYSŁY NA BIZNES	45
2.1. Szanse i pomysły	46
2.2. Źródła szans rynkowych i pomysłów na biznes	47
Samodzielne poszukiwanie szans	48
Korzystanie z już istniejących pomysłów	51
Okazje do innowacji	54

2.3. Co pomaga w identyfikacji szans?	62
Doskonalenie kreatywnego myślenia.	62
Osoby kreatywne	71
Budowanie relacji	73
2.4. Pomysły i szanse – kryteria oceny	74
Rynkowe i strategiczne kryteria oceny szansy	75
Wykonalność i kryteria organizacyjne	76
Kryteria ekonomiczne	76
2.5. Realizacja – przełożenie szansy na koncepcję biznesu	79
Studium przypadku: LifeTube – przekucie pomysłu na szansę.	79
3. REALIZACJA SZANSY – TWORZENIE MODELU BIZNESOWEGO	82
3.1. Co to jest model biznesowy?	83
3.2. Jak stworzyć model biznesowy – główne elementy.	85
Elementy modelu biznesowego	85
Narzędzia wspomagające tworzenie modelu biznesowego	97
Eksperymentowanie jako istota działania startupu	99
3.3. Typowe modele biznesowe	108
3.4. Model biznesowy: stabilny czy zmienny?	118
4. PLANOWANIE BIZNESOWE I BIZNESPLANY	120
4.1. Potrzeba planowania	121
4.2. Istota biznesplanu	126
4.3. Autorzy biznesplanu	126
Dlaczego przedsiębiorcy?	126
Dlaczego nie zlecać?	127
4.4. Niezbędna wiedza	128
4.5. Forma biznesplanu	129
Maszynopis	130
Forma opisowa	130
Objętość	130
Strukturyzacja	130
Prezentacja	131
4.6. Uproszczony biznesplan	131
4.7. Rozwinięty biznesplan	131
Objętość planu	134
Zakres tematyczny planu	134
Studium przypadku: 4gift – planowanie działalności i tworzenie modelu biznesowego.	174

5. ZARZĄDZANIE NOWYM PRZEDSIĘWZIĘCIEM	180
5.1. Startupy i korporacje	181
5.2. Przedsiębiorca jako menedżer – podstawowe zadania i funkcje	185
Planowanie i tworzenie strategii	186
Organizowanie i projektowanie struktury organizacji	192
Motywowanie, zarządzanie ludźmi, budowanie kultury i przywództwo	205
Kontrolowanie	210
5.3. Projektowanie organizacji – ludzie, strategia, struktura	214
Założenia kompleksowego podejścia do projektowania	215
Etapy projektowania	217
Projektowanie organizacji – aranżacja przestrzeni	225
5.4. Wyzwania i problemy zarządzania własną firmą	229
 6. ROZWÓJ DZIAŁALNOŚCI	 239
6.1. Główne podejścia do rozwoju	240
6.2. Cykl życia organizacji	242
6.3. Uwarunkowania rozwoju	245
6.4. Wybrane strategie rozwoju	248
6.5. Jak utrzymać przedsiębiorczego ducha w dużych organizacjach – przedsiębiorczość korporacyjna	255
6.6. Wykorzystanie innowacji w rozwoju	260
Studium przypadku: Creotech – od akumulatorów do tirów po loty w kosmos. Firma innowacyjna i gotowa na zmiany	 263
 Literatura polecana	 266
Bibliografia	267