

Koncepcje, metody i uwarunkowania rozwoju organizacji

The concepts, methods and conditions
of the development organization

Redakcja naukowa:
Piotr Dziwiński, Honorata Howaniec,
Zbigniew Malara, Wiesław Waszkielewicz



WYDAWNICTWA AGH

KRAKÓW 2014

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział I WYKORZYSTANIE KONCEPCJI B. BELLINGERA W OBSZARZE DECYZJI PERSONALNYCH <i>Zbigniew Malara, Grzegorz Janikowski, Rafał Miško, Magdalena Pawłowska</i>	11
Rozdział II WYKORZYSTANIE KLASYCZNYCH KONCEPCJI WYNAGRADZANIA WE WSPÓŁCZESNEJ AGENCJI UBEZPIECZENIOWEJ <i>Agnieszka Witwicka</i>	24
Rozdział III KONCEPCJA GOSPODAROWANIA NIERUCHOMOŚCIAMI W POLSCE <i>Dariusz Cichoń</i>	37
Rozdział IV METODY OCENY RYZYKA UPADŁOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW – „UPADŁOŚĆ” METOD <i>Jerzy Kitowski</i>	47
Rozdział V ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ МЕТОДИКИ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ <i>Марина Евгеньевна Карпицкая</i>	56
Rozdział VI PRIVATE EQUITY JAKO ALTERNATYWNE ŹRÓDŁO FINANSOWANIA ROZWOJU MSP <i>Honorata Howaniec</i>	81
Rozdział VII ROLA BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH W FINANSOWANIU GOSPODARKI Z UWZGLĘDNIENIEM SEKTORA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW <i>Józef Myrczek, Renata Rokita-Rogala, Justyna Partyka</i>	91

Rozdział VIII	
	LEAN MANAGEMENT NARZĘDZIEM POPRAWY WYNIKÓW EKONOMICZNO-FINANSOWYCH PRZEDSIĘBIORSTWA
	<i>Mariusz Kubański, Paulina Gajewska</i> 101
Rozdział IX	
	TRANSPORTOCHŁONNOŚĆ JAKO KRYTERIUM EFEKTYWNOŚCI DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ
	<i>Leszek Bylinko</i> 109
Rozdział X	
	TEOREMAT „PRZEŁĄCZENIA”
	<i>Joanna Czyżowska</i> 119
Rozdział XI	
	STEROWANIE WYNIKAMI W WARUNKACH RYZYKA NA RYNKU ENERGII ELEKTRYCZNEJ. ASPEKTY METODYCZNE
	<i>Dariusz Michalski</i> 127
Rozdział XII	
	UWARUNKOWANIA I ASPEKTY ROZWOJU IKE ORAZ IKZE W POLSCE
	<i>Robert Lisowski</i> 143
Rozdział XIII	
	ZARZĄDZANIE ORGANIZACJAMI TURYSTYCZNYMI W WARUNKACH CHAOSU
	<i>Brygida Grzeganeek-Więcek, Joanna Kantyka</i> 156
Rozdział XIV	
	ANALIZA WARIANTÓW ROZWIĄZAŃ W NEGOCJACJACH ZBIOROWYCH (ZAŁOŻENIA TEORETYCZNE I STUDIUM PRZYPADKU)
	<i>Andrzej Kozina</i> 168
Rozdział XV	
	ANALIZA WYBRANYCH ASPEKTÓW NEGOCJACJI HANDLOWYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE PRODUKCYJNYM
	<i>Lilianna Wojtynek, Ryszard Budzik</i> 183
Rozdział XVI	
	ANALIZA I OCENA WYBRANYCH ELEMENTÓW STRUKTURY POLSKO-ROSYJSKIEJ WYMIANY TOWAROWEJ W LATACH 2009–2012
	<i>Katarzyna Zofia Gdowska, Dariusz Sala, Magdalena Juszczyk</i> 194

Rozdział XVII	
KREOWANIE POZYTYWNYCH DOŚWIADCZEŃ INTERESARIUSZY W KAMPANII KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ	
<i>Beata Tarczydło</i>	205
Rozdział XVIII	
PROMOCJA ONLINE JAKO ELEMENT DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH UCZELNI WYŻSZYCH W POLSCE	
<i>Artur Kisiołek</i>	212
Rozdział XIX	
MARKETING MOBILNY JAKO SKUTECZNE NARZĘDZIE PROMOCJI SPRZEDAŻY	
<i>Joanna Wyrwisz</i>	222
Rozdział XX	
ZNACZENIE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ W KSZTAŁTOWANIU PRODUKTU TURYSTYCZNEGO	
<i>Ewa Lipianin-Zontek, Irena Szewczyk</i>	230
Noty o Autorach	247