

Spis treści

Wstęp	7
Zbigniew Antczak , Proces uczenia w organizacji (rozważania eksploracyjno-semantyczne)	9
Renata Brajer-Marczak , Procesy jako składnik potencjału organizacyjnego w doskonaleniu systemu zarządzania jakością.....	22
Dorota Buchnowska , Wykorzystanie mediów społecznościowych przez uczelnie wyższe i studentów w świetle badań własnych.....	36
Magdalena Daszkiewicz , Wizerunek wewnętrzny w tworzeniu silnej marki kraju	51
Marcin Haberla, Aleksandra Kuźmińska-Haberla , Wiedza jako kluczowy czynnik rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw	62
Gabriela Majchrowska, Kamil Tomkiewicz , Wycena kapitału ludzkiego – na przykładzie Grupy Kapitałowej Comarch S.A.	73
Krystyna Mazurek-Łopacińska, Magdalena Sobocińska , Korzystanie przez studentów z usług gastronomicznych w kontekście stylów życia w świetle wybranych wyników badań ankietowych	86
Alicja Anna Pośrednik , Warunki wdrożenia CRM w przedsiębiorstwach.....	99
Sylvia Przytuła , Etnocentryzm indywidualny i organizacyjny w filiach zagranicznych korporacji w Polsce – wyniki badań	115
Marta Wincewicz-Bosy , Organizacja przepływów produktów roślinnych gospodarstw końskich.....	134
Ryszard Żabiński , Źródła przewagi konkurencyjnej na rynku medialnym	151

Summaries

Zbigniew Antczak , Problems of organizational learning (semantic-exploratory reflections).....	21
Renata Brajer-Marczak , Processes as an element of organisational potential in the improvement of the quality management system	35
Dorota Buchnowska , Use of social media by higher education institutions and students in the light of empirical studies.....	50
Magdalena Daszkiewicz , Role of internal image in creating strong nation brand	61
Marcin Haberla, Aleksandra Kuźmińska-Haberla , Knowledge as a key factor in the development of innovation of enterprises	72

Gabriela Majchrowska, Kamil Tomkiewicz , Valuation of human capital on the example of Capital Group of Comarch Joint Stock Company	85
Krystyna Mazurek-Łopacińska, Magdalena Sobocińska , Using foodservices by students in the context of accomplished lifestyles in the light of chosen survey results	98
Alicja Anna Pośrednik , The terms of CRM implementation in enterprises....	114
Sylwia Przytuła , Individual and organizational ethnocentrism in subsidiaries of foreign corporations in Poland – research results	133
Marta Wincewicz-Bosy , Organization of plant products flow for horse farms	150
Ryszard Żabiński , Sources of competitive advantage on the media market ..	165

Wstęp

Zapraszamy do lektury kolejnego numeru naszego periodyku. Znaczną jego część stanowią pozycje dotyczące zarządzania marketingowego.

Poszukując skutecznych metod i sposobów działań marketingowych, autorzy przedstawiają koncepcje i rozwiązania oparte na przeprowadzonych badaniach z uwzględnieniem implikacji praktycznych.

W artykule M. Daszkiewicz podkreśla się rolę analiz wizerunku kraju wśród mieszkańców i rezydentów, a także możliwości pomiaru wizerunku wewnętrznego ze szczególnym uwzględnieniem technik bazujących na swobodzie skojarzeń. Rozważania teoretyczne zilustrowano wynikami badań eksploracyjnych dotyczących wewnętrznego wizerunku Polski.

W artykule K. Mazurek-Łopacińskiej i M. Sobocińskiej zaprezentowano wybrane wyniki badania ankietowego dotyczącego motywacji i kryteriów wyboru w dziedzinie korzystania z usług gastronomicznych, podkreślając, że ich identyfikacja jest szczególnie interesująca z punktu widzenia rozpoznawania stylów życia współczesnych konsumentów. Badanie przeprowadzone na wybranej grupie konsumentów, tj. studentów, ujawniło, że wśród wartości kształtujących style życia tej grupy istotne znaczenie mają takie kategorie, jak dbałość o dobre samopoczucie i zdrowie i czerpanie przyjemności z konsumpcji. Są to wartości typowe dla osób dążących do wysokiej jakości życia. Rozważania i analizy umieszczono w szerokim kontekście dokonujących się przemian stylów życia, związanych z jednej strony z transformacją systemową i integracją europejską, a z drugiej – z tradycjami i normami kulturowymi, które wzbogacane były przez przyjmowanie zasad demokracji, społeczeństwa obywatelskiego oraz reguł gospodarki rynkowej.

W niniejszym zeszycie zamieszczono również teksty, które odnoszą się do mechanizmów funkcjonowania przedsiębiorstw i innych organizacji rynkowych. Działanie przedsiębiorstw w gospodarce opartej na wiedzy sprawia, że wiedza, jej rozpowszechnianie i wykorzystywanie stanowią aktualnie kluczowy czynnik innowacyjności przedsiębiorstw.

M. Haberla i A. Kuźmińska-Haberla przedstawiają cele zarządzania wiedzą w poszczególnych obszarach zarządzania, tj. w tworzeniu strategii, zarządzaniu procesami, zarządzaniu ludźmi, marketingu, rachunkowości i finansach, a także w wykorzystywaniu systemów informatycznych. Budowa organizacji uczącej się jest obecnie swoistym wyzwaniem. Takie podejście wymusza przygotowanie wielu zmian w kulturze organizacyjnej firm, które, jak pokazuje praktyka, niejednokrotnie nie są przystosowane do nowych sposobów działania.

A.A. Poślednik w swoim artykule omawia CRM jako strategię biznesową, której wdrożenie wymaga najpierw odpowiedniego przygotowania organizacji – zarówno pra-

owników, jak i kadry zarządzającej, a potem pokonania licznych barier pojawiających się w procesie implementacji. Strategia ta wymaga przede wszystkim zmiany sposobu myślenia, zorientowania go na klienta, a także pełnego zaangażowania personelu. Punktem wyjścia w tych działaniach powinno być wkomponowanie podstawowych założeń strategii CRM w misję, wizję i wartości firmy. Przedmiotem rozważań w tym artykule są czynniki warunkujące wdrażanie omawianej strategii, które prezentowane są w podziale na czynniki o charakterze zarówno wewnętrznym, jak i zewnętrznym względem firmy.

W tekście R. Żabińskiego ukazano innowacyjne sposoby poszukiwania źródeł przewagi konkurencyjnej przez zarządzających firmami medialnymi w sytuacji pogarszających się czynników otoczenia. Przeanalizowano strategie czołowych grup medialnych notowanych na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Wykorzystanie w badaniach wskaźników efektywnościowych oraz wskaźników obrazujących długoterminową wypłacalność pozwoliło na ocenę skuteczności i weryfikację realizowanych strategii.

Istotne problemy z pogranicza zarządzania organizacją i działań marketingowych przedstawia D. Buchnowska, opisująca wykorzystanie mediów społecznościowych przez uczelnie wyższe i studentów. Oryginalne badania zarówno studentów, jak i stron internetowych obrazują stan zaawansowania *social media* marketingu w uczelniach krajowych.

Z. Antczak opisuje kluczowy problem współczesnych organizacji, jakim jest zagadnienie ich uczenia się. W teoretycznym opracowaniu omawia pojęcia związane z procesem uczenia, charakteryzuje i ocenia jego modele.

G. Majchrowska i K. Tomkiewicz poruszają kolejną fundamentalną kwestię współczesnego zarządzania: znaczenie kapitału ludzkiego dla organizacji i problem jego wyceny. Wykorzystują w tym celu metodę studium przypadku i na przykładzie przedsiębiorstwa Comarch dokonują oryginalnej oceny i wyceny kapitału ludzkiego.

Doskonaleniu procesów związanych z zarządzaniem jakością poświęcona jest publikacja R. Brajer-Marczak, która nie tylko scharakteryzowała w niej te procesy, ale przede wszystkim przedstawiła modelowe propozycje ich doskonalenia na podstawie studiów literaturowych i oryginalnych badań.

Ważnym problemem współczesnych nauk o zarządzaniu w dobie globalizacji gospodarki jest zagadnienie etnocentryzmu w korporacjach międzynarodowych. Ten problem na przykładzie filii korporacji zagranicznych w Polsce bada S. Przytuła. W swym artykule relacjonuje własne, oryginalne badania dowodzące wysokiego poziomu etnocentryzmu w analizowanych jednostkach.

Oryginalny w naukach o zarządzaniu problem porusza M. Wincewicz-Bosy, prowadząca analizę łańcuchów dostaw w gospodarstwach końskich. Na podstawie badań literaturowych i empirycznych autorka proponuje rozwiązania modelowe dotyczące kształtowania relacji z dostawcami i pośrednikami.

Przekazując Państwu niniejszy numer naszego pisma, życzymy pożytecznej lektury i zachęcamy do poświęcenia uwagi kolejnym numerom naszego czasopisma.

Andrzej Kaleta, Krystyna Mazurek-Łopacińska