

SPIS TREŚCI

Wstęp.....	7
1. Efektywne modele biznesu.....	10
2. Zarządzanie wynikami (Performance Management) z wykorzystaniem kluczowych wskaźników strategicznych (Key Performance Indicators)	19
3. Rola marketingu w budowie wartości przedsiębiorstwa.....	29
3.1. Benchmarking jako platforma do budowy strategii przedsiębiorstwa	33
4. Rola jakości w kształtowaniu kapitału intelektualnego	36
4.1. Strategia jakości oparta o TQM i kapitał intelektualny	38
4.2. Strategia jakości a ewolucja TQM.....	39
4.3. Strategiczne zarządzanie jakością w oparciu o TQM z wykorzystaniem modeli doskonalenia efektywności biznesowej.....	49
4.4. Miejsce kapitału intelektualnego w zarządzaniu jakością	55
4.5. Kapitał intelektualny jako kreator wartości firmy a TQM.....	70
4.6. Uwarunkowania rozwoju kapitału intelektualnego w małych i średnich przedsiębiorstwach	75
5. Projakościowa orientacja marketingowa przedsiębiorstw budowana w oparciu o kapitał intelektualny.....	82
5.1. Jakość a orientacja marketingowa przedsiębiorstwa.....	84
5.2. Miejsce jakości w marketingu relacji	89
5.3. Strategiczny wymiar marketingu relacji opartego o kapitał intelektualny	97

6. Badania empiryczne — kapitał intelektualny oparty na jakości firm usługowych.....	107
6.1. Proces badawczy i metody badań	109
6.2. Analiza kluczowych czynników sukcesu firm usługowych.....	119
6.3. Wyniki badań struktury i ocena wskaźników wykorzystania kapitału intelektualnego firm usługowych	124
6.3.1. Badania kapitału ludzkiego	124
6.3.2. Badania kapitału organizacyjnego.....	142
6.3.3. Badania kapitału relacyjnego	154
6.3.4. Możliwość wykorzystania kapitału relacyjnego w ujęciu orientacji marketingowej firm.....	165
6.4. Całościowa ocena kapitału intelektualnego	175
6.5. Wyniki badań strategii organizacji.....	182
6.5.1. Strategie rozwoju oparte o kapitał intelektualny	182
6.5.2. Strategie jakości firm usługowych	187
6.6. Wyniki oceny wpływu składników kapitału intelektualnego na realizację strategii jakości firm usługowych — modele empiryczne	207
6.6.1. Relacja kapitał intelektualny — jakość.....	208
6.6.2. Modele empiryczne	212
7. Wnioski końcowe i podsumowanie.....	219
Literatura.....	225
Spis tablic.....	236
Spis rysunków.....	237