

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1	
Andrzej Chodyński, <i>Wpływ wspólnych wartości na zjawisko izomorfizmu organizacyjnego</i>	9
Rozdział 2	
Zbigniew R. Wierzbicki, <i>Proinnowacyjne kierunki zmian w zarządzaniu przedsiębiorstwem</i>	31
Rozdział 3	
Jan Klimek, Beata Żelazko, Diana Cichy, <i>Koncepcja budowania marki firmy rodzinnej na przykładzie Ciche International Trade & Investment</i>	49
Rozdział 4	
Jolanta Staszewska, <i>Selected clustering problems</i>	59
Rozdział 5	
Agnieszka Górka-Chowaniec, Olga Sójka, <i>Hotel brand image and loyalty of customers</i>	71
Rozdział 6	
Ewa Kempa, <i>Komunikacja w organizacji jako element wzrostu konkurencyjności</i>	85
Rozdział 7	
Katarzyna Olejniczak-Szuster, Katarzyna Łukasik, <i>Wybrane aspekty kultury organizacyjnej miarą odpowiedzialnego zarządzania</i>	95
Rozdział 8	
Izabela Bagińska, <i>Rola kapitału ludzkiego w organizacjach pozarządowych na przykładzie Fundacji Mozaika</i>	105
Rozdział 9	
Ewa Dudzic, <i>The importance of theories that have emerged on a practical business basis for science – questions and dilemmas</i>	127
Rozdział 10	
Joanna Podgórska-Rykała, <i>Budżet samorządowy jako prawno-finansowy instrument polityki na rzecz równości</i>	137
Rozdział 11	
Elżbieta Stolarska, Małgorzata Okręglicka, <i>Obrót nieruchomościami w wybranych miastach w Polsce – makroekonomiczne determinanty wielkości sprzedaży</i>	149