

Leopold
Jeziorski
Stanisław
Borkowski

ZARZĄDZANIE DOSKONALENIE ZMIANY



WYŻSZA SZKOŁA
HUMANITAS
W SOSNOWCU

**ZARZĄDZANIE
DOSKONALENIE
ZMIANY**

ZARZĄDZANIE DOSKONALENIE ZMIANY

MONOGRAFIA

Opracowanie i redakcja naukowa

Leopold Jeziorski
Stanisław Borkowski



WYŻSZA SZKOŁA
HUMANITAS

Sosnowiec 2008

Recenzenci:

prof. dr hab. Bolesław Rafał Kuc – rozdziały 1 ÷ 5, 10 ÷ 16, 19 ÷ 22

prof. dr hab. Zbigniew Ścibiorek – rozdziały 6 ÷ 9, 17 ÷ 18, 23 ÷ 31

Opracowanie i redakcja naukowa:

prof. dr inż. Leopold Jeziorski – rozdziały 1, 3, 5, 7, 8, 11 ÷ 15, 19, 21, 24, 27, 31

prof. n.t. dr hab. inż.,

prof. nauk ekonomicznych Stanisław Borkowski

– rozdziały 2, 4, 6, 9, 10, 16 ÷ 18, 20, 22 ÷ 23, 25 ÷ 26, 28 ÷ 30

Redaktor Oficyny Wydawniczej „Humanitas”:

Danuta Dziewięcka

Copyright by

Oficina Wydawnicza „Humanitas” 2008

ul. Kilińskiego 43

41-200 Sosnowiec

tel.: 032 2631225

e-mail: wydawnictwo@humanitas.edu.pl

dystrybucja@humanitas.edu.pl

www.humanitas.edu.pl

ISBN: 978-83-89275-39-4

Wydanie I. Sosnowiec 2008

Projekt okładki:

Bartłomiej Dudek

Druk:

AWR Edytor, Katowice

www.edytor.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	15
1. Wykorzystanie technologii informacyjnych w podnoszeniu jakości procesów kształcenia w szkołach wyższych	17
1.1. Wprowadzenie	17
1.2. Europejski Obszar Szkolnictwa Wyższego – cele i wyzwania	17
1.3. Zastosowanie metody e-learningu w Wyższej Szkole Humanitas ...	19
1.4. Podsumowanie	20
Bibliografia	21
2. Quality criteria for public sector websites in Poland	22
2.1. Introduction	22
2.2. Information Quality	22
2.3. Access to public information in Poland	23
2.4. Information Quality Guidelines	24
2.5. Council Resolution on the eEurope Action Plan 2002	25
2.6. Summary	25
Bibliography	26
3. Cena jako element marketingu mix na rynku telefonii komórkowej	28
3.1. Proces i metody ustalania ceny	28
3.2. Strategie cenowe	29
3.3. Polityka cen	31
3.4. Praktyczne ujęcie ceny w aspekcie badań własnych	32
3.5. Podsumowanie	32
Bibliografia	33
4. Finansowe i marketingowe nośniki wartości przedsiębiorstwa	34
4.1. Wstęp	34
4.2. Nośniki wartości (ang. Value Drivers)	35